Dussmann Service

Pulizia Sanificazione

Ristorazione

Facility Management

DIECI VOLTE **Ristorazione**

La mostra convegno di Ristorando si è appena conclusa ed è tempo di bilanci. Il nostro non può che essere di parte, ma poggia su solide basi e dati oggettivi. Per dieci volte consecutive nell'arco di vent'anni di attività, possiamo dire di aver dato vita ad un formidabile momento di confronto fra addetti ai lavori del mondo di catering e foodservice coinvolgendo un pool di relatori di alto profilo e catturando l'attenzione di una platea crescente di operatori. Sono stati 15 gli incontri dell'edizione 2018, e 116 gli interventi messi in campo per inquadrare i molti temi di attualità: una formula che quest'anno ci ha consentito di superare ampiamente la soglia delle 1500 presenze nell'arco dei due giorni di lavori inframmezzati, come consuetudine, dalla prestigiosa cena di gala con 200 invitati. E per dare un contorno ancor più definito di quello che rappresenta oggi la mostra convegno di Ristorando, possiamo dirvi che nelle settimane che hanno preceduto l'evento abbiamo raccolto quasi 1000 registrazioni online agli eventi in programma da parte di uno spettro ampio e qualificato di professionisti che spaziano dai vertici di molte delle più importanti aziende di catering e foodservice, a biologi nutrizionisti, dietologi, architetti, avvocati, cuochi, responsabili commerciali, national account manager di aziende del food & beverage, responsabili qualità e tecnologi alimentari tanto per citarne alcuni. Salutiamo così la nostra decima mostra convegno con un pizzico di orgoglio e con un grazie a tutti i partecipanti e gli sponsor che hanno reso possibile il successo del nostro evento.

RISTORAZIONE 2018

OTTOBRE 2018

Rubriche

Anno 23 - numero 10 - ottobre 2018

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina • Antonio Duva • Maurizio Formigoni • Georges Garcin • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Stefano Masin • Antonio Montanari • Davide Moscuzza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Relazioni esterne: Ambrogio Montonati

Progetto grafico: Claudio Rossi Oldrati

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Roberta Motta • roberta.motta@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: CPZ S.p.A. • Costa di Mezzate (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

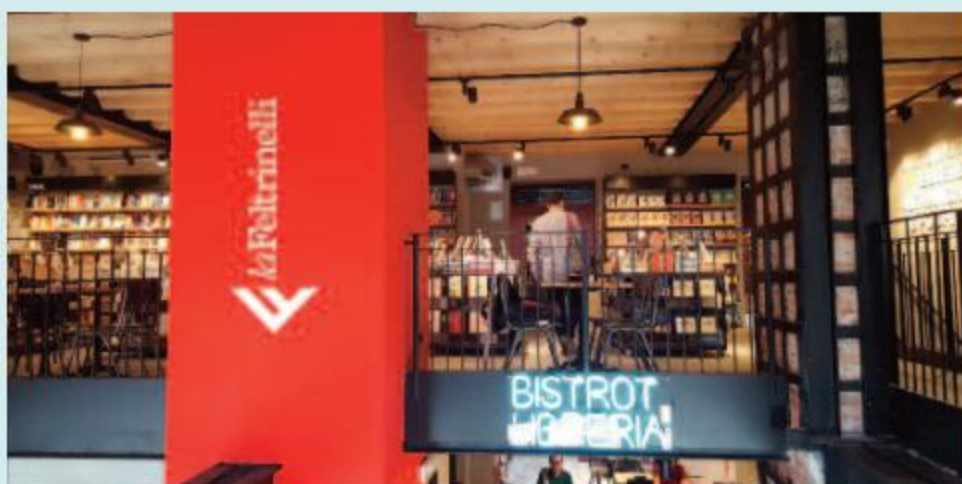
Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu

Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Ristorando
una rivista edita da:

EDIFIS S.p.A.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

IL 7° RED porta a Milano cibo, libri e un pizzico di storia

Metti in tavola cibo, libri e la storia di Milano ed ecco che ottieni il 7° **RED** aperto in Italia, il 5° nella città di Meneghino, da **FC Retail**, la joint venture tra **CIRFOOD** e **Gruppo Feltrinelli** che gestisce direttamente il format, unitamente all'insegna **Antica Focacceria San Francesco**. Collocato nel quartiere di Brera, il negozio si estende per 350 mq complessivi che ospitano 80 posti a sedere distribuiti su due piani, ricavati in una vecchia casa di ringhiera. Come ha spiegato **Claudio Baitelli**, Ad della società paritetica, si tratta di una location che interpreta "il genius loci del luogo, declinandosi sulle sue caratteristiche e sulla sua storia". In questo caso quella di una costruzione dei primi del Novecento, dove il punto vendita, rispettando la conformazione dell'edificio, si sviluppa in verticale: gli arredi interni sono firmati da *Cargo*, di cui è presente anche uno spazio dedicato a una selezione di articoli per la casa. La cucina, da cui è atteso poco più della metà del giro d'affari dello store, è rigorosamente a vista e l'offerta food si ispira al mondo della letteratura: alcuni dei piatti sono accompagnati da citazioni tratte da alcuni dei libri più amati dai lettori, che qui potranno gustarli tra gli 11 mila titoli disponibili, una fetta importante dell'offerta culturale del marchio *laFeltrinelli*.

Il gelato a catena conquista il mondo

Con una crescita delle aperture all'estero del 4% nel 2018 rispetto al 2017, le catene italiane di gelaterie si espandono ai quattro angoli del globo. L'Osservatorio **Sigep**, il Salone internazionale di Gelateria, Pasticceria e Panificazione Artigianali e caffè, la cui 40esima edizione organizzata da *Italian Exhibition Group* si terrà alla fiera di Rimini dal 19 al 23 gennaio prossimi, evidenzia come stiano aumentando i punti vendita delle principali reti italiane di gelaterie, gelaterie soft/stecco e yogurterie. Trend emersi dall'analisi realizzata in collaborazione con Sistema Gelato, che ha preso in esame 80 realtà con pdv diretti ed in affiliazione per complessive 2.225 attività commerciali, di cui il 37% all'estero. In particolare, considerando gli operatori con il format gelateria, 1.288 punti vendita di cui 965 in Italia e 323 all'estero (in 76 stati), sono tutti di segno positivo i raffronti fra il 2017 e il 2018 per quanto riguarda i mercati internazionali: l'incremento generale è appunto del 4%, con Centro Sud America (+11%) e Medio Oriente (+8,1%) a fare da battipista. Ma crescono anche Asia (+4,1%) e Europa, con una progressione dell'1,8%. Fondamentale per lo sviluppo oltre i confini nazionali è la formula dell'affiliazione: il monitoraggio ha rilevato quattro insegne italiane di gelateria con oltre 50 punti vendita ciascuna nel mondo, in buona location affiliate. Da sottolineare come ogni taglio nastro in forma diretta o tramite franchisee porti con sé attrezzature, impianti, arredamenti ed ingredienti rigorosamente "made in Italy". Si stima che in un anno, ciascuna opening si traduca per il Belpaese in un export pari ad almeno 100mila euro in attrezzature, arredi e macchinari e ad altri 25mila in prodotti e ingredienti.

Coca Cola si "beve" il caffè di Costa

È costato 3,9 miliardi di sterline a **The Coca Cola Company** ribattere colpo su colpo alla mossa di **Nestlè**, che ha di recente sottoscritto una partnership mondiale con il colosso dei coffee shop **Starbucks**.

È questo l'esborso che ha consentito alla multinazionale del beverage di Atlanta di acquisire in toto dal gruppo britannico **Whitbread**, che l'aveva comprata nel 1995 quando aveva all'attivo 39 negozi e 19 milioni di sterline di giro d'affari, la catena **Costa Caffee**, che oggi possiede in 32 paesi 3.800 caffetterie che, nel bilancio chiuso il 31 marzo, registravano ricavi complessivi pari per 1,292 miliardi di sterline, in crescita rispetto agli 1,202 miliardi dell'anno precedente.

Cibo italiano: boom del commercio estero

Secondo **Coldiretti**, nei primi sette mesi del 2018 l'export di prodotti agroalimentari italiani è aumentato del 3,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno prima.

Un risultato da record che arriva nell'anno del cibo italiano nel mondo, che, secondo la Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti, ribadisce la forza e le potenzialità del made in Italy a tavola anche in termini di volano alla crescita dell'economia nazionale nel suo complesso. Più nel dettaglio, quasi i due terzi delle esportazioni agroalimentari del Belpaese sono destinate ai Paesi dell'Unione Europea, dove è la Germania il nostro principale mercato (+4,9%); più contenuto l'exploit verso il Regno Unito (+2%) anche per effetto delle tensioni e delle incertezze legate alla Brexit, all'andamento dei tassi di cambio e a un certo vento nazionalista che spira Oltremanica. Non del tutto tranquillo neppure il fronte Usa, di gran lunga il principale mercato per l'italian food al di fuori dei confini dalla Ue. Tanto è vero che qui la progressione delle esportazioni è solo dell'1,2%, un rallentamento che non può certo essere compensato dal balzo del 7,8% registrato per le vendite verso la Russia, malgrado il rinnovo delle sanzioni occidentali.

Non manca l'ennesimo allarme e appello affinché si operi per tutelare meglio le nostre produzioni dall'agropirateria o italian sounding che dir si voglia, che ogni anno costa 100 miliardi di euro di mancati introiti ai nostri produttori, battuti dalla sleale concorrenza di alimenti in apparenza italiani che sono in realtà, come va di moda dire adesso in ogni campo, dei fake.

CIRFOOD affida a Marco Sacco Piano35

MARCO SACCO, chef

Marco Sacco sale in cima al grattacielo *Sanpaolo* di Torino: il due stelle Michelin ha ridefinito e firmato il menu del ristorante **Piano35**, all'interno del palazzo di vetro e acciaio disegnato da Renzo Piano. Il profumo rassicurante della tradizione piemontese, i colori vivaci dell'Italia mediterranea, le suggestioni di ingredienti esotici: ecco gli ingredienti del progetto gastronomico che il cuoco, forte dell'esperienza (e degli ambiti galloni in salsa francese...) maturata al *Piccolo Lago* di Verbania, ha elaborato per il ristorante "più alto" d'Italia, la cui gestione è nelle mani di **Affida**, la newco del **Gruppo CIRFOOD** specializzata nell'alta ristorazione, che ha in carico tutto il "sistema gastronomico" Piano35. Un tassello del piano di diversificazione del business aziendale in atto, nel cui ambito il colosso della ristorazione guidato da **Chiara Nasi** è sbarcata negli stessi giorni in Olanda, dove ha inaugurato il primo ristorante all'estero a marchio **Viavai**: situato ad Amsterdam, il locale si estende su 310 mq e ha una capienza di 120 posti a sedere.

McDonald's tra tradizione e innovazione

Mentre ad Ancona apre la seconda location cittadina (405 mq e un centinaio di posti interni cui se ne aggiungono altri 36 all'esterno) che impiega 40 nuovi addetti, il servizio di consegna a domicilio dei menu di **McDonald's** si espande da nord a sud dello Stivale: realizzato in collaborazione con **Deliveroo**, **GLOVO** e **Uber Eats**, *McDelivery* è ora attivo in oltre 25 città, nelle quali nel 2018 ha già fatto registrare circa 500.000 ordini, che salgono a 640.000 dal lancio avvenuto a metà settembre 2017.

Tempi duri per le recensioni fake

Una sentenza importante per la trasparenza del web: è questo il commento della **Fipe** alla notizia della condanna inflitta dal **Tribunale Penale di Lecce** in un procedimento che ha visto **TripAdvisor** costituirsi come parte civile e collaborare con la magistratura, che ha sanzionato in modo esemplare il proprietario di un'agenzia salentina che vendeva pacchetti di recensioni false. "Da oggi in avanti scrivere recensioni false non sarà più solo un danno a svantaggio di tanti ristoratori bravi e onesti, ma finalmente anche un crimine riconosciuto dalla legge italiana". Questo il commento di **Aldo Mario Cursano**, vicepresidente vicario della Federazione Italiana Pubblici Esercizi. Che su questo fronte incrementerà la collaborazione con TripAdvisor per monitorare in modo ancora più attento le recensioni sul web e potenziare i filtri di ricerca per un servizio al consumatore sempre più puntuale e trasparente.

Chiusure domenicali: conto da 940 milioni per la ristorazione

Una perdita di 940 milioni di euro. È questa l'emorragia attesa per il comparto della ristorazione fuoricasa se la chiusura domenicale del commercio paventata dal governo gialloverde, che naturalmente interessa anche (se non soprattutto) i mall, diventerà legge, abrogando la liberalizzazione introdotta nel 2011 dalla compagine guidata da Mario Monti. Numeri frutto di un calcolo molto facile: la ristorazione all'interno degli shopping center in Italia vale 6,3 miliardi di euro secondo i dati *CREST* di **The NPD Group**, indagine continuativa che monitora i consumi fuoricasa lungo lo Stivale. Nel cui ambito emerge

chiaramente il trend di crescita della spesa destinata al food&beverage nei CC, l'11% di quella complessiva riferibile al cibo fuoricasa, aumentata addirittura a doppia cifra nel periodo giugno 2017-giugno 2018. Nel dettaglio, in media il 15% dell'esborso per la ristorazione nei centri commerciali si concentra la domenica, quando si prediligono bar, fast food e gelaterie, per un valore complessivo di 940 milioni di euro all'anno. Di qui la previsione di contrazione di cui sopra. Un colpo molto duro specie alle insegne sviluppate in catena, che in questo contesto evidenziano una spiccata concentrazione. Mentre infatti a totale Italia queste accolgono il 27% delle visite, negli shopping mall tale percentuale schizza al 70%. Insomma: la chiusura domenicale penalizzerebbe in particolare proprie le catene, che rappresentano la realtà più dinamica e con maggiore capacità di investimento.

Italiani a tutto delivery

Nel 2017 sono stati 4,1 milioni gli italiani che si sono affidati ad una app per ordinare cibo e riceverlo a domicilio, pari a un giro d'affari di 201 milioni di euro. Sono dati mersi da una ricerca condotta da **Nielsen** per fotografare il rapporto tra food delivery e gli abitanti dello Stivale, lungo il quale si chiede sempre più spesso "cosa ordinare e farsi consegnare" piuttosto che "cosa cucinare". Ebbene, il 45% degli italiani si affida ai servizi di consegna a domicilio almeno una volta alla settimana, per condividere il pasto o la cena con la persona amata (42%) o per trascorrere una serata tra amici (25%), preferendo queste occasioni alla pausa pranzo con i colleghi (7%).

Comodità (76%), velocità (37%) e divertimento (15%) sono gli aspetti che fanno della consegna una valida alternativa alla preparazione domestica dei cibi, per la quale i consumatori del Belpaese sono pronti a spendere fino a 20 euro a testa (50%): una somma che accomuna millennial e adulti. Se per entrambe queste categorie la condivisione con il o la partner da un lato e con gli amici dell'altro sono le due principali motivazioni a base della scelta del delivery, per i più giovani al terzo posto c'è il consumo coi parenti (15%) mentre per i più grandi quello con i figli (17%).

Ivs acquisisce Chicchecaffè

IVS Group, leader italiano e secondo operatore in Europa nella gestione di distributori automatici e semiautomatici per la somministrazione di bevande calde, fredde e snack, fa sua **Chicchecaffè**. A fronte di un esborso di circa 2 milioni di euro, l'azienda bergamasca ha acquisito la società di Forlì attiva nel settore del vending nella regione Emilia Romagna, che nel 2017 ha registrato un fatturato di 1,7 milioni di euro.

Camst: taglio nastro al centro cottura di Sesto Fiorentino

A fronte di un investimento di 6 milioni di euro, **Camst** ha inaugurato il rinnovato centro cottura di Sesto Fiorentino. Si tratta di una struttura estesa su 3.000 metri quadrati, di cui 1.500 destinati all'area di produzione, che preparerà 14.000 pasti al giorno, destinati alle mense delle scuole dei territori di Prato e Pistoia. Cucine all'avanguardia anche da punto di vista del risparmio energetico, spazi separati per la preparazione di pasti per celiaci e per altre diete speciali, ampi locali, mensa interna e uffici: nell'impianto lavoreranno 120 addetti (80 nelle cucine, 40 negli uffici), il 90% donne, percentuale di forza lavoro che si attesta attorno al 70% tra tutte le maestranze dell'azienda guidata dal Dg **Antonio Giovannetti**, un colosso da 750 milioni di euro di fatturato e circa 130 milioni di pasti serviti ogni anno.

ATAC, il pasto è (finalmente) servito

Riparte dalle sedi di via Prenestina, Graniti e Osteria del Curato il servizio mensa di **Atac**, l'azienda trasporti capitolina. Sarà la **Sarca Catering** di Brescia a fornire i pasti ai lavoratori della municipalizzata, la cui dirigenza intende anche così recuperare il rapporto di fiducia con i suoi dipendenti. Il servizio mensa era stato infatti chiuso da luglio 2017, a valle dell'avvio della procedura di concordato.

Il nuovo affidamento ha un costo complessivo che sfiora i 5 milioni di euro spalmati su 30 mesi (e una previsione di proroga per ulteriori 6 mesi per un esborso supplementare che sfiora il milione di euro), a fronte di uno sconto a base d'asta dell'1,74%. La ditta appaltatrice erogherà oltre 800mila pasti. Invariato e pari a 2,10 euro il costo a carico di ogni lavoratore, che potrà prenotare in anticipo i piatti prescelti dal menu attraverso un portale web. L'attestazione di presenza in mensa, mediante ticket stampato al varco d'ingresso nei locali, e l'addebito diretto in busta paga del costo consentiranno di razionalizzare ed evitare comportamenti inappropriati.

L'appalto prevede la fornitura di pasti in asporto da cucine centralizzate, preparati secondo il sistema del cook&chill, confezionati in monoporzione o multiporzione, e distribuiti presso le mense aziendali site nelle sedi di Atac.

CIRFOOD si riconferma a Chiavari (GE)

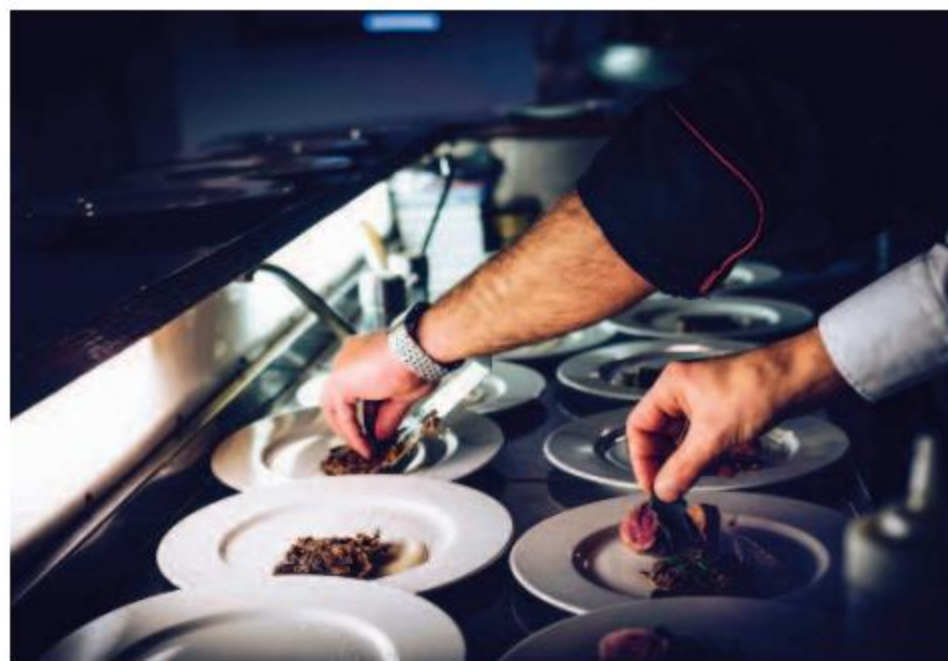
CIRFOOD si riconferma a **Chiavari**: il comune ligure ha riaffidato all'azienda emiliana per i prossimi tre anni il servizio per le mense scolastiche e i pasti caldi a domicilio in carico ai servizi sociali di tutto il distretto, che comprende anche i comuni di Carasco, Cogonro, Leivi e San Colombano. Il valore della commessa è pari a 3,1 milioni per l'intero triennio.

Rovagnati 1943 debutta in un mall

Taglio del nastro per **Rovagnati 1943** presso il centro commerciale *Globo* di Busnago (MB). Si tratta della prima apertura per il format fast casual pensato per i mall, che si aggiunge a **CrudoCotto by Rovagnati 1943**, la declinazione metropolitana del ristorante, aperta in corso Garibaldi a Milano e destinata allo sviluppo nei centri città, nell'ambito del progetto retail che Rovagnati ha avviato nel 2017. Obiettivo: avvicinare, far conoscere e sperimentare la grande tradizione culinaria italiana, rivisitandola, per promuovere l'utilizzo dei salumi in cucina e nell'alimentazione.

La Cascina si rafforza nel Salento

La Cascina acquista **Turigest**, azienda salentina che opera nel campo della ristorazione scolastica e ospedaliera, proprietaria di un centro di cottura nel comune di Zollino (LE) che produce fino a 4.500 pasti al giorno.

Un milione e trecentomila euro è la cifra pagata dall'azienda romana che punta così ad ampliare la sua attuale produzione di pasti concentrata nel centro cottura di sua proprietà a Lecce, consolidando così la propria presenza nell'area del Salento. L'operazione consentirà anche di aumentare l'occupazione: i dipendenti dell'azienda acquisita, che sono 150, arriveranno a 220 unità entro il 2021.

CIFA
FORNITURE ALBERGHIERE

cifasrl.it

tutte le novità su
@centroitalianofornriturealberghiere

Il fallimento di QUI! Group

Tanto tuonò che piovve: il **Tribunale di Genova** ha respinto la richiesta di accesso all'amministrazione straordinaria e ha dichiarato fallita **Qui!Group**. Il provvedimento arriva dopo l'accertamento di un debito dieci volte più grande di quello originariamente ipotizzato, pari a 325 milioni di euro.
Una crisi di liquidità legata anche ai ritardi nei pagamenti da parte della pubblica amministrazione, che rappresenta oltre il 70% del giro d'affari dell'emettitore ligure.
La prossima udienza è fissata per il febbraio 2019 ma la prima esigenza è tutelare i 200 dipendenti diretti della società fornitrice di buoni pasto e welfare aziendale, cui se ne sommano altri 400 che fanno riferimento a una galassia di controllate, tra cui *Welfare company, Qui! Ticket* e *Qui! Financial services*.

Non solo Starbucks: la forza del bar made in Italy

In occasione del pirotecnico sbarco italiano di **Starbucks**, che, forte di 25mila location nel mondo, ha aperto la sua terza **Roastery** in piazza Cordusio a Milano in uno spazio di 2.300 mq ricavato nell'ex palazzo delle Poste, la **Fipe** racconta "l'Italia in una tazzina".
Secondo la Federazione Italiana Pubblici Esercizi l'universo dei bar italiani garantisce da sempre una qualità difficile da replicare, e l'apertura di Starbucks non deve essere vista come sfida ma "uno stimolo per migliorare in innovazione".
Sono 149.154 i bar oggi in attività in Italia, con un volume di affari di 18 miliardi di euro.
Prevalgono i breakfast e morning bar (30%), seguiti da generalisti (24%), lunch bar (17%), serali (16%) e multifunzione (14%). La vitalità del format è testimoniata dai numeri Fipe sulla ricerca di addetti, che per il 2017 indicavano un ammanco di 9.900 baristi. Sono il 58% le donne contro il 42% degli uomini a lavorare nei bar italiani, dove il 79% dei dipendenti ha passaporto tricolore mentre gli stranieri si attestano sul 21%.
Per quanto riguarda invece i prezzi, lungo lo Stivale un caffè al bar costa in media 1,00 euro, un cappuccino 1,30 euro, mentre per un panino si pagano 3,10 euro.
Proprio su questo versante sono già scoppiate le polemiche: alcune associazioni di consumatori denunciano i prezzi della creatura di **Howard Schultz**: nello store meneghino con la Sirena Verde appena inaugurato il caffè viene venduto a 1,80 euro se espresso, a 3,50 euro all'americana, per poi salire di costo per le varianti più sofisticati. Si tratta, per la versione basic di una semplice tazzina, dell'80% in più della media milanese e nazionale. Troppo? Giusto così? Ai consumatori l'ardua sentenza.

Löwengrube: nel torinese il nuovo ristorante

Löwengrube, format di cucina e birreria in stile bavarese ha inaugurato un nuovo punto vendita presso I *Viali Shopping Park* di Nichelino, il secondo in provincia di Torino. Una opening che rientra nel programma di sviluppo del marchio che prevede 29 nuove aperture entro il 2019, tra il format di ristorazione classico *klein*, pensato per stazioni e aeroporti (il primo è stato inaugurato con **Chef Express** nell'aeroporto di Cagliari) e il *wagen*, food truck di street food bavarese.
Il nuovo ristorante impiega più di 25 persone, portando ad oltre 250 il numero dei collaboratori impiegati in tutti i locali della catena, dislocati tra Toscana, Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli e Marche.

Fabbro prepara i pasti al San Matteo di Pavia

La milanese **Fabbro Spa** ha preso in carico il servizio di ristorazione presso l'ospedale **San Matteo** di Pavia.
Si tratta di circa 1.300 pasti al giorno per i dipendenti in mensa e di altri 1.400 tra pranzo e cena per i degenti nel nosocomio. A questi ciò si sommano quelli destinati agli ammalati con necessità di usufruire di "diete speciali", che ammontano a circa 200 ogni giorno. Tra gli atout del servizio, l'ampliamento della varietà del menu e la maggiore qualità degli alimenti, grazie all'inserimento di prodotti biologici, a km 0 e di piatti tipici regionali, cui si accompagnano le misure volte a ridurre l'impatto ambientale di tutte le fasi legate al suo svolgimento.

A una RTI le mense di Borgo San Lorenzo

La Cooperativa mugellana **Odissea** in RTI con la bolognese **Camst** si è aggiudicata la gara per il servizio di ristorazione scolastica del **Comune di Borgo San Lorenzo** (FI). La commessa, che prevede la preparazione di 1.200 pasti al giorno destinati alle scuole di ogni ordine e grado del comune toscano, vale 2 milioni e 818 mila euro, e prevede tra l'altro l'informatizzazione delle presenze e delle prenotazioni dei pasti e dei pagamenti; la multicanalità dei pagamenti e il controllo delle morosità e dei solleciti; la realizzazione di un portale per genitori e famiglie; la consegna ottimale dei pasti; pulizie e sanificazione; l'utilizzo degli scarti e delle eccedenze alimentari; progetti di educazione ambientale e alimentare e le rilevazioni di gradimento del servizio.

Burger King raddoppia a Torino

Dopo quello aperto nel *Parco Commerciale Dora*, **Burger King** ha aperto oggi il suo secondo ristorante torinese in corso Novara 5.
Il nuovo punto vendita torinese sviluppa su una superficie di 600 mq, dispone di 120 posti a sedere e di numerosi servizi dedicati alla clientela, tra cui wi-fi gratuito e i nuovissimi kiosk digitali per effettuare l'ordinazione in autonomia.
A questi si aggiungono i servizi per le famiglie e i più piccoli, come l'area giochi Playking interattiva e la possibilità di organizzare feste di compleanno.
Con l'apertura sono stati creati 19 nuovi posti di lavoro, dipendenti giovanissimi con un'età media di circa 26 anni, oltre a due manager e un direttore.

I frigo di Five Guys "scaldano" Milano

Sviluppato su 800 mq dove lavorano 55 persone e dotato di 160 posti a sedere tra spazi interni ed esterni, ha aperto i battenti nel centro di Milano il primo **Five Guys** italiano.
Gestito dal **Gruppo Statuto**, master franchisee per lo sviluppo del brand Usa in Italia, dove punta a 60 replicazioni nei prossimi 4 anni, il locale offre solo cibo rigorosamente preparato al momento: dagli hamburger alle patatine fritte, passando per i milkshake. È questo il segreto del successo del format creato nel 1986 da **Jerry Murrel** e dai suoi quattro figli (nel 1988 è arrivato il quinto), i cui 1.500 locali aperti nel mondo assommano oltre 800 milioni di dollari all'anno in termini di vendite: tutti ristoranti nei quali i "5 ragazzi" della Virginia sono orgogliosi di dire che non ci sono congelatori ma solo frigoriferi.

WeChat porta Inalca f&b in Cina

Inalca Food & Beverage, porta le specialità alimentari italiane su *Absolute Made in Italy*, la piattaforma di e-commerce a cui i consumatori cinesi accedono attraverso **WeChat**, la app di messaggistica sviluppata dalla *Tencent* di Shenzhen, che con quasi un miliardo di utenti è la più usata nella Repubblica Popolare.
Si tratta di una nuova vetrina virtuale nell'ex Celeste Impero per le imprese italiane nel catalogo dalla costola del **Gruppo Cremonini** specializzata nella distribuzione internazionale di prodotti alimentari tipici del Belpaese (dalla pasta ai formaggi, dai succhi di frutta ai sughi), frutto della partnership con *Business Strategies* e *Shanghai Morning Post*.
Per Inalca Food & Beverage lo sbarco su WeChat non è un debutto assoluto nel mondo dell'e-commerce cinese: la nuova attività si aggiunge alla presenza su *TMall*, il portale di **Alibaba**, dove la società italiana gestisce lo shop agroalimentare *E-Marco Polo*.

Rapporto Coop 2018: male i consumi, bene il food

Malgrado la riduzione dei consumi delle famiglie rispetto al 2010 del 2,2% (nello stesso periodo sono cresciuti del 12,7% in Germania, del 10,2% in Francia e sono rimasti stabili in Spagna) e la contrazione dello 0,7% registrata anche nell'ultimo anno (il risultato peggiore tra le grandi economie europee), in fatto di **spesa alimentare** gli italiani si conferma primi della classe in Europa e nel mondo, con una quota destinata a cibo e bevande pari al 19%, il massimo dell'ultimo decennio. Non solo: primeggiano anche in quanto ad acquisti healthy, privilegiando frutta e verdura (+8,6% la crescita a volume dell'ortofrutta confezionata), pane e cereali, mentre rinunciano sempre più spesso a zuccheri e grassi.

Il trend però mostra segni di saturazione: il carrello salutista è progredito nel primo semestre del 2,3%, meno della metà rispetto al più 5% nel 2017. Anche tra i veg & veg compaiono i primi pentiti: il 9,7% di "vecchi adepti" dichiara di aver gettato la spugna. Il fenomeno del momento in fatto di cibo si chiama "ready to eat" (pronto da mangiare): il segmento è cresciuto del 6%. Anche l'e-food fagocita quote crescenti di mercato: nei primi tre mesi del 2018, 3,5 milioni di italiani (+80% rispetto al 2017) hanno comprato cibo consegnato poi a casa mentre sono aumentati del 34% gli acquisti alimentari online nei primi 6 mesi dell'anno. Aumenta in questo ambito la quota di prodotti italiani (+3%). E non è tutto: basta l'apposizione della scritta "100% italiano" su un prodotto per farne lievitare le vendite del 9%.

Insomma: l'esterofilia, sport nazionale generalmente praticato lungo lo Stivale, non fa capolino a tavola.

Numeri da record e programmi di Ladisa

Con un fatturato di circa 120 milioni di euro, una crescita del 24% della produzione rispetto al 2017, un utile ante imposte di oltre 2 milioni di euro, un Ebitda adjusted attestato al 4,92% (in linea con le previsioni e in misura superiore al dato del 2016) e una posizione finanziaria netta (PFN) scesa a 15,4 milioni di euro, **Ladisa** si conferma una delle aziende leader della ristorazione italiana, con circa 23 milioni di pasti distribuiti nel 2017 grazie al lavoro di 4mila persone. In particolare, fanno sapere da quartier generale di Bari a commento dei dati di bilancio, l'aumento a due cifre del valore della produzione pone l'azienda, per performance, ai primi posti nel settore della ristorazione moderna, che in Italia conta un volume d'affari complessivo di circa 6 miliardi di euro. Dalla ristorazione arriva infatti il 96% di fatturato Ladisa, con scolastica (commesse in circa 60 comuni in sette regioni) e militare (Difesa, Gdf, Polizia di Stato, Carabinieri) a rappresentare il 60% del valore della produzione. In crescita anche il servizio rivolto ad aziende e gruppi industriali, nonché il segmento del commerciale, attraverso l'apertura di bar e punti ristoro in diverse realtà, da ultime le **Università Sapienza** di Roma e il **Politecnico di Bari**.

Solide basi su cui costruire il futuro: fino al 2021 sono previsti investimenti per complessivi 24 milioni di euro: 15 destinati al progetto di ristorazione 4.0 "Restart" ("Piatti Pronti" realizzati in un impianto innovativo), altri 9 per l'acquisizione di nuove linee produttive, con la creazione di sedi operative o processi di M&A (merger and acquisition) di aziende del settore, sia in Italia e all'estero.

Pizzottella sforna a Milano la pizza romana

Con l'apertura di **Pizzottella** nel cuore di Porta Romana, anche i milanesi potranno gustare adesso la pizza in teglia croccante e alveolata, preparata secondo l'originale ricetta dell'Urbe.

JACOPO MERCURO E DAVID RANUCCI

Mente, cuore e "mani" del ristorante due orgogliosi difensori della romanità nel mondo: intanto **David Ranucci**, "oste romano" già noto nel capoluogo lombardo grazie ai locali **Giulio Pane e Ojo**, **Casa Tua** e **Abbottega** (aperti negli ultimi 20 anni tutti in via Muratori, a ridosso di un incrocio che qualcuno ormai chiama la "piazzetta dell'oste"), cui si sommano le esperienze a Montecarlo, New York e recentemente Miami, dove gestisce l'osteria **Baiocco**; accanto all'imprenditore laziale troviamo quindi **Jacopo Mercuro**, giovane pizzaiolo romano che ha già saputo farsi apprezzare nei ristoranti **Mani in Pasta** e **180 grammi** nella Città Eterna. Al banco della location, un ambiente dove dominano i mattoni rossi e le architetture delle antiche costruzioni milanesi realizzate a cavallo tra '800 e '900, il cliente può scegliere su una lavagna tra 14 pizzottelle che cambieranno seguendo la stagionalità degli ingredienti, nonché l'estro del pizzaiolo, per poi attendere al tavolo la speciale teglia che potrà contenere fino a tre tranci differenti, salvo che non si opti, magari in gruppo, per le teglie "social" da 30, 60 e 90 cm.

TURBO VENTILAZIONE
SCONGELA RAPIDAMENTE
INFRAROSSI
DÀ L'EFFETTO CRISPY
MICROONDE
CUOCE DALL'INTERNO
CONVERTITORE CATALITICO
ELIMINA FUMI E ODORI

COMBI WAVE

Prime nuvole **d'autunno**

Non è solo questione di meteo: due brutti segnali sono comparsi, in rapida successione, sullo scenario del Paese.
A metà settembre la Banca d'Italia ha diffuso un'analisi, aggiornata a fine giugno, dei dati sul fabbisogno e sul debito pubblico. Da questo documento emerge che i titoli di Stato in mano ad investitori esteri continuano a ridursi. Ad aprile ammontavano ad oltre 770 miliardi di euro; due mesi dopo erano diventati poco più di 664 miliardi. Forse è eccessivo parlare di "Fuga dai Btp" come titola il "Corriere della Sera" (15 settembre); ma appare evidente "un graduale raffreddamento da parte di chi, all'estero, dovrebbe continuare a sottoscrivere le emissioni del Tesoro", secondo quanto scrive sul quotidiano milanese, in un accurato servizio pubblicato appunto sotto quel titolo, Andrea Ducci.
E' un rilievo che appare tanto più meritevole di attenzione se si tiene conto che, al tempo stesso, il debito pubblico continua a lievitare. Nel luglio scorso esso è infatti cresciuto di altri 18 miliardi rispetto al mese precedente, segnando il nuovo (e per nulla rassicurante) livello record di 2.341,6 miliardi di euro. L'altro segnale negativo proviene invece dall'economia reale. L'Istat (12 settembre), segnala che, nell'ultimo mese del quale si dispone dei dati – quello di luglio – la produzione industriale ha subito "una brusca discesa", stimata dell'1,8% rispetto a giugno. Si tratta della prima contrazione tendenziale accertata a partire dal giugno di due anni fa e del risultato peggiore conseguito da tre anni. Anche se il peso negativo di questi dati è, in parte, compensato da un migliore andamento del mercato del lavoro preoccupa, invece, la tendenza complessiva della attività produttiva: pur se lieve (-0,2%) la diminuzione del livello della produzione si manifesta nella media dell'intero trimestre maggio-luglio rispetto al precedente. L'ultima nota mensile dell'Istat (del 7 settembre) rileva, inoltre, che nel primo semestre dell'anno l'indice di "diffusione delle espansioni" (cioè il termometro della percentuale di settori in accelerazione rispetto al totale dei settori) evidenzia un calo della manifattura che si associa a una sostanziale stazionarietà del settore dei servizi.
Anche in questo caso si tratta della performance peggiore ottenuta dal 2015. Si profila dunque, una fase poco brillante per l'economia del Paese alla quale fa riscontro una crescita, peraltro moderata, dell'area euro nel suo complesso.
La stima flash che l'Istat indica per il secondo trimestre dell'anno (+0,4) è infatti la risultante degli andamenti di segno più nettamente positivo di alcuni Paesi (Spagna +0,6 per cento; Germania +0,5) rispetto ai più modesti risultati di altri (fra i quali l'Italia con un +0,2 per cento) che restano sotto la media europea.
Tutto questo mentre l'economia americana accelera, con una crescita del Pil nell'ultimo trimestre di un punto percentuale, ma si trova ad operare in un contesto di rinnovate tensioni per la "guerra dei dazi" ormai in atto soprattutto fra Stati Uniti e Cina.
Non può perciò sorprendere che gli indici anticipatori del ciclo economico europeo diano segnali poco incoraggianti. Ad agosto l'euro-Coin ha subito un lieve calo confermando la fase di debolezza avviatasi a maggio, mentre nello stesso periodo l'Economic sentiment indicator ha registrato un peggioramento rispetto a luglio per effetto della diminuzione del clima di fiducia dei consumatori.

È in questo scenario complicato che si viene definendo la manovra di fine anno, imperniata sul varo del Def (documento di economia e finanza), che deve contenere i saldi di bilancio (deficit e debito), e sul confronto con Bruxelles. Si tratta di un obbligato "collo di bottiglia" che, sin dai tempi lontani in cui questo appuntamento prendeva il nome di "Legge finanziaria", provoca agitazione nel mondo politico e, di riflesso, in quello economico. Quest'anno, tuttavia, anche nell'ambito dello stesso Esecutivo, prima ancora del confronto sulla manovra da svolgersi nelle aule parlamentari, la gestazione del provvedimento è stata particolarmente complessa, spesso a detrimento della qualità delle decisioni. Due sono gli aspetti che meritano maggiore riflessione. Il ruolo dell'euro, in primo luogo, è stato affrontato con un approccio più ideologico che legato ai dati reali. Che un'Italia fuori dalla moneta unica rappresenterebbe una prospettiva gravida di pericoli è opinione sulla quale concordano gli osservatori più autorevoli; che, viceversa, tutti i guai del Paese derivino dall'adesione all'euro è una tesi che pochi numeri bastano a smentire: lo mette bene in rilievo una recente analisi di Mariano Bella, direttore dell'Ufficio studi della Confcommercio. Dal 1961 ad oggi l'Italia ha conseguito una crescita media annua del 2% del Pil reale pro capite: un arco lungo 60 anni che ha due fasi ben distinte.
Sino al 1990 il risultato è un rotondo +3,5% annuo: performance che colloca il Paese in primo piano rispetto ai suoi principali competitori internazionali; nei trent'anni successivi la crescita media crolla invece allo 0,5% annuo e l'Italia si trova a indossare una triste "maglia nera" nella classifica dei Paesi più avanzati. C'è un altro confronto su cui si sofferma Bella che indica come la patologia del Paese abbia radici diverse e assai più antiche dell'adesione all'euro. Trail 2008 e il 2018 il Pil pro capite italiano ha subito una riduzione del 5,4 per cento; nello stesso periodo altri cinque Stati dell'area euro (Austria, Francia, Germania, Spagna e Portogallo) sono, invece, andati avanti: dal +11,2% tedesco al +3,1 spagnolo. Un esito che dimostra come a frenare l'Italia non sia stato certo l'euro ma altro: l'eccessivo carico fiscale; lo scarso rispetto della legalità; una burocrazia poco efficiente; le lacune del sistema istruzione-formazione. Il secondo aspetto rilevante riguarda gli investimenti pubblici: in questo campo si è accumulato un ritardo che è urgente affrontare.
Il Governatore della Banca d'Italia lo ha ricordato anche di recente: nell'ultimo decennio la spesa per investimenti ha avuto una riduzione media del 4% all'anno (Il Sole 24 Ore, 23 settembre). Si tratta di un trend inaccettabile per un Paese che non voglia perdere altro terreno nella competizione internazionale. Ma al tempo stesso, ha sottolineato Ignazio Visco, non si può sottovalutare che lo Stato italiano deve ogni anno collocare sul mercato 400 miliardi: mettere più risorse negli investimenti è perciò positivo solo a patto che lo si faccia con criteri rigorosi. Un aumento improduttivo del disavanzo pubblico renderebbe più critica una situazione già difficile: è questa la sfida cruciale della manovra. Per superarla bene non servono gli annunci ma decisioni chiare e credibili anche per l'Europa e per i mercati. Sarebbe soprattutto pericoloso immaginare che fare comunque più disavanzo (e più debito) serva davvero ad alimentare la crescita del Paese.

Antonio Duva

La quadratura del cerchio

Nonostante i numerosi tavoli di confronto con gli stakeholder la ristorazione scolastica è ancora alla ricerca di meccanismi capaci di coniugare qualità, costi e soddisfazione degli utenti

A. Anderloni

In Europa, quello della scuola è un segmento di mercato "sicuro" che si muove a ritmi globalmente omogenei, sostenuto da due fattori positivi e penalizzato da uno negativo.
A favore gioca, un po' ovunque, la crescita numerica degli studenti da sfamare quotidianamente, aiutata dall'ingresso dei figli di immigrati extracomunitari. Questo trend è determinante in Paesi a basso tasso di natalità, come l'Italia, ed è comunque importante anche in quelli prolifici in sé, come Francia e UK. Il secondo è l'aumento di penetrazione delle SRC nei mercati, più o meno lento ma costante. Queste vedono nella ristorazione scolastica anche l'opportunità di controbilanciare l'erosione di bilancio che la recente crisi economico-finanziaria ha prodotto nel settore lavoro. Il terzo è la ricaduta sulla scuola europea (e sulla sua ristorazione) della stretta alla spesa pubblica operata dei vari governi per fare fronte ai colossali debiti statali con conseguente calo del corpo insegnante e non, l'accorpamento di classi e scuole di scarsa dimensione e… chi più ne ha più ne metta.

Un po' di numeri

Secondo l'Osservatorio sulla ristorazione collettiva di ORICON, In Italia il giro d'affari della ristorazione scolastica nel 2016 è stato di 2,5 miliardi di euro, (-0,6% rispetto al 2015) con un volume di oltre 432 milioni di pasti (-0,5% rispetto al 2015). Questa erosione è il frutto sostanzialmente di due fattori: il calo demografico che ha generato una costante diminuzione degli iscritti ai vari anni scolastici (-3,2% negli ultimi 5 anni) e il basso tasso di occupazione femminile diffuso in buona parte del nostro Paese, che influisce negativamente sul ricorso al tempo pieno da parte di molti bambini in età scolare.
Nel settore istruzione, il mercato in appalto ha registrato un incremento di fatturato (+1%) generato da un guadagno di quote di mercato a spese delle gestioni in house e nonostante la concomitante variazione negativa del mercato della ristorazione collettiva in questo segmento cui si accennava poc'anzi.
Tra i molti e delicati aspetti che caratterizzano l'attività delle società di ristorazione collettiva ci sono: la tendenza a centralizzare le gare d'appalto, le crescenti richieste da parte delle stazioni appaltanti (vedi prodotti bio etc.), i soliti noti meccanismi di gara che premiano in minima parte la qualità, la lotta agli sprechi e, dulcis in fundo, la scellerata questione del "panino da casa".

La parola a Elior

"Tutti insieme dobbiamo comprendere che la filiera è delicata e gestirla bene necessita di un coinvolgimento consapevole..."

In generale la ristorazione scolastica presenta livelli di complessità elevata, richiedendo grande competenza e sensibilità. Data la natura articolata di questo servizio, è fondamentale quindi rendere consapevoli gli stakeholder: dai Comuni, ai genitori, alla commissione mensa, ai fornitori.

"Tutti insieme", dice ***Rosario Ambrosino*** amministratore delegato di Elior, *"dobbiamo comprendere che la filiera è delicata e gestirla bene necessita di un coinvolgimento consapevole. La scelta finale del regime alimentare è dunque il frutto del lavoro di tutti i referenti e gli interlocutori, che devono coordinare fattori sanitari e nutrizionali e variabili legate all'organizzazione del servizio. Il Servizio Igiene Alimenti dell'ASL-ATS crea dei menu ad hoc che variano a seconda della stagionalità, per avere sempre prodotti freschi e del territorio, vari, equilibrati e bilanciati. L'obiettivo primario della ristorazione scolastica rimane quello di garantire un pasto sicuro sul piano igienico-nutrizionale e allo stesso tempo gradevole e accettato dal piccolo utente"*.

ROSARIO AMBROSINO, ad di Elior

Sul versante dell'utilizzo delle eccedenze è da molti anni ormai Elior organizza nelle scuole italiane progetti di educazione alimentare e percorsi di sensibilizzazione che riguardano la lotta allo spreco, in linea con la strategia di sostenibilità del Gruppo, definita "Impatto Positivo" (Positive Foodprint Plan™), che ha l'obiettivo di lasciare in eredità alle nuove generazioni un innesco positivo sull'alimentazione.

"Tra le numerose iniziative attuate", dice Ambrosino, *"citiamo ad esempio la collaborazione con Caritas che in sinergia con il Comune di Pesaro consente ad Elior di gestire nel migliore dei modi le eccedenze. Queste vengono ritirate dai volontari e portate nella mensa Caritas della città. Una vera e proprio 'battaglia allo spreco' a cui il Gruppo risponde effettuando monitoraggi delle quantità di cibo somministrato e di quello che non viene distribuito (eccedenze) per arrivare ad un'ottimale gestione delle quantità di prodotti da utilizzare per la preparazione dei pasti"*.

I NUMERI DI ELIOR

Giro d'affari divisione scuole (2016-17): 145 milioni €
Numero pasti erogati: 33 milioni
Prodotti biologici (%): 30 - 50%
Percentuale diete speciali sul totale pasti: 10%
Numero comuni e clienti scolastici serviti: oltre 400
Numero addetti (scuole): 4.000

OGNI GIORNO A UN PASTO DA TE.
Nelle scuole, nelle aziende, negli ospedali, c'è Camst - La Ristorazione Italiana che soddisfa ogni giorno la tua esigenza di una alimentazione sana ed equilibrata. Con la qualità di prodotti selezionati e controllati fin dall'origine e con l'esperienza e l'affidabilità di persone che lavorano con passione. Una grande offerta per tutti, su misura per te.
CAMST
LA RISTORAZIONE ITALIANA
camst.it
ldbadvertising.com

Il pensiero di Camst

"Riuscire a stare al passo con le nuove esigenze alimentari è una costante con la quale ormai quotidianamente ci dobbiamo misurare…"

La prima riflessione riguarda il cambiamento a cui stiamo assistendo nel corso degli ultimi anni" esordisce **Giuseppe Semeraro** direttore commerciale di CAMST. *Sta prevalendo una tendenza al senza in campo alimentare, in alcuni casi dettata da esigenze mediche, ma non sempre motivata da ragioni di salute. Si rinuncia così alla varietà degli alimenti che hanno fatto della dieta mediterranea patrimonio culturale dell'Unesco. La refezione scolastica italiana assorbe questa tendenza e sta gradualmente cambiando: riuscire a stare al passo con le nuove esigenze alimentari è una costante con la quale ormai quotidianamente ci dobbiamo misurare. L'altro filone che sta prendendo piede in alcune città riguarda invece il così detto 'panino da casa' che, sostituendosi alla mensa scolastica, preclude al bambino la conoscenza di alimenti che normalmente non sarebbe portato ad assaggiare e che invece sarebbe opportuno includere in una dieta sana e equilibrata. A questa complessità, si aggiunge il fatto che gli appalti contengono richieste specifiche che vanno anche oltre la gestione della refezione. Ad esempio, ci sono servizi extra come la sorveglianza, la pulizia, la manutenzione ordinaria e straordinaria degli impianti, attrezzature, arredi e cucine di proprietà dell'ente.*

GIUSEPPE SEMERARO, direttore commerciale

Sul fronte del contenimento degli sprechi l'impegno di Camst si concretizza attraverso un primo momento di formazione e informazione pensato per i bambini e per le famiglie sulla lotta e prevenzione allo spreco; nella fase successiva spesso proponiamo un monitoraggio a campione degli scarti dei piatti con relativa pesatura e successiva elaborazione dei dati. Questa duplice attività permette di sensibilizzare le famiglie sul tema dello spreco e di modificare i menu per sostituire i piatti poco graditi in modo che non vengano sprecati. Da qualche anno abbiamo introdotto nelle scuole di alcune città la 'No spreco bag' ovvero un astuccio colorato da regalare ai bambini per incentivarli a portare a casa pane e frutta non consumati nel corse della giornata scolastica. Abbiamo un accordo con il Banco Alimentare, con Last Minute Market e con altre associazioni o enti locali per recuperare i pasti e per donare i prodotti prossimi a scadenza, rispettando le normative sanitarie e fiscali".

I NUMERI DI CAMST

Giro d'affari divisione scuole (2017): 194.463 MIO
Numero pasti erogati (2017): 44.125.449
Numero plessi scolastici serviti: 997
Numero addetti ristorazione scolastica: 4.473

Vizi e virtù secondo CIRFOOD

“Il criterio del prezzo più basso mette a repentaglio la sostenibilità di un settore importante che al contrario deve essere in grado di offrire qualità e continuità di servizio alla società e ai consumatori…”

Per quanto riguarda le principali criticità, un primo e importante motivo di preoccupazione è il crescente utilizzo del prezzo come criterio di scelta primario per l’affidamento del servizio da parte dei committenti, a discapito della qualità dell’offerta. Nonostante l’introduzione dei CAM (Criteri Ambientali Minimi), se si considera come le richieste dei capitolati in termini di provenienza e qualità delle materie prime siano, giustamente, sempre più stringenti e indirizzate verso biologico e km zero, è evidente come il massimo ribasso non possa più essere un valido strumento di selezione. *“Alla lunga”*, dice **Luca Brambilla** Direttore della divisione ristorazione scolastica di CIRFOO *“il criterio del prezzo più basso mette a repentaglio la sostenibilità di un settore importante come quello della ristorazione scolastica, che al contrario deve essere in grado di offrire qualità e continuità di servizio alla società e ai consumatori. Una seconda criticità, sempre più rilevante, riguarda i pagamenti del servizio di mensa. Le aziende di ristorazione sono sempre più spesso le uniche realtà a gestire i pagamenti delle rette scolastiche e gli accessi al servizio mensa. Gli insoluti, anche a causa delle frequenti situazioni di disagio familiare dovute ad esempio alla mancanza di lavoro, sono in continua crescita e vanno necessariamente a pesare sul bilancio delle stesse aziende di ristorazione, creando situazioni che possono portare addirittura all’insostenibilità delle concessioni. Per quanto riguarda le procedure di appalto per l’affidamento del servizio, un elemento che ha contribuito a cambiare lo scenario è la continua riduzione e centralizzazione delle stazioni appaltanti (CUC regionali, Gare quadro es. Intercenter). Questa novità indubbiamente apre alla concorrenza, permettendo a nuovi operatori di entrare in aree ove sino ad oggi vi era una presenza di pochi operatori magari locali, favorendo la diffusione di soluzioni maggiormente efficienti e innovative”.*

LUCA BRAMBILLA, direttore Div. Rist. Scolastica

La lotta contro lo spreco alimentare è un tema che negli ultimi anni ha acquisito sempre maggior importanza sia dal punto di vista della sostenibilità, ma anche e soprattutto sotto un profilo etico.

“CIRFOOD”, dice Brambilla *“promuove diversi progetti che mirano a sensibilizzare i propri utenti su queste tematiche: in alcune scuole i bambini possono portare a casa il pane e la frutta non consumati grazie ad appositi sacchetti anti-spreco. Inoltre, in collaborazione con enti e associazioni come Last Minute Market, Caritas e Banco Alimentare, siamo da tempo impegnati in iniziative di redistribuzione delle eccedenze alimentari alle fasce più deboli della popolazione. Nel 2017 sono state recuperate e donate ai bisognosi oltre 51mila pietanze”.*

I NUMERI DI CIRFOOD*

*** Dati riferiti alla sola Business Unit “Education” (Scuole ed Università) anno 2017**

Giro d’affari: 200 milioni di euro
Numero pasti erogati (2017): 43 milioni
Quantità di derrate movimentate (tonnellate): 34 mila
Di cui prodotti biologici (%): 52%
Percentuale diete speciali sul totale pasti: 11%
Numero plessi scolastici serviti: 660
Numero addetti: 6.516

Il mercato secondo Sodexo Italia

"Ad una maggiore domanda di prodotti del territorio, DOP, IGP e PAT, spesso non corrisponde un adeguato riconoscimento della complessità di gestione e della maggiore onerosità che comportano..."

"L'apertura dell'anno scolastico inoltre è stata anticipata da una sentenza del Consiglio di Stato che si contrappone al divieto imposto dal Comune di Benevento di portare il pranzo da casa. In questo modo, risulta impossibile per chi gestisce il servizio effettuare l'analisi dei rischi secondo il protocollo HACCP se vengono introdotti alimenti di cui sono sconosciuti origine, conservazione, trattamento, condizioni. Se quindi più famiglie dovessero optare per una scelta alternativa alla refezione scolastica, si avrebbero numerose preparazioni diverse e numerosi ingredienti - non conosciuti - tra i quali ci potrebbero essere anche degli allergeni che i bambini potrebbero in assoluta buona fede offrire a compagni per i quali costituiscono un serio pericolo."

FRANCO BRUSCHI, Head of Schools Segment, Regione Mediterranea, Sodexo

La ristorazione scolastica sta evolvendo verso un nuovo modello che vede sempre più presente l'applicazione dei CAM (Criteri Ambientali Minimi), con l'obiettivo di valorizzazione la qualità ambientale e il rispetto dei criteri sociali.
"*È una tendenza che accogliamo positivamente*", dice **Franco Bruschi** Head of Schools Segment, Regione Mediterranea Sodexo, "*e che rispecchia il nostro impegno per costruire un futuro migliore, definito anche dal nostro piano d'azione in materia di responsabilità sociale, Better Tomorrow 2025. Tuttavia le modalità in cui sono proposti talvolta portano a premiare alcune promesse impossibili da mantenere, come per esempio la richiesta di prodotti 100% bio o kmzero, pur sapendo che non tutti questi prodotti sono disponibili in ogni momento, come ad esempio nel caso di prodotti fuori stagione. Ad una maggiore domanda di prodotti del territorio, DOP, IGP e PAT, spesso non corrisponde un adeguato riconoscimento della complessità di gestione e della maggiore onerosità che comportano*".
In maniera analoga, la tendenza a stipulare contratti in concessione per i servizi di ristorazione richiede una maggiore responsabilità e complessità gestionale che spesso non vengono ricompensate.

I NUMERI DI SODEXO ITALIA

Fatturato Scuole: oltre 135 milioni di euro
N° pasti distribuiti: oltre 28 milioni
Quantità di derrate: circa 17.000 tonnellate
Numero di addetti dedicati: circa 4.500

Ogni Giorno, dal 1987

BIORISTORO
ITALIA

UN
progetto
DI VITA

*BioRistoro Italia è una realtà affermata
tra le più accreditate aziende nel mondo
della ristorazione collettiva,
come dimostrano le tante certificazioni
UNI EN ISO che ne riconoscono
la Qualità del servizio.*

La scolastica in Europa

Qui Francia

È risaputo che i nostri cugini d'Oltralpe investono nettamente più di noi in cultura e ricerca. Ma l'onda unga della crisi ha in quesi ultimi anni generato tagli sensibili. Meno classi dunque e meno insegnanti di un tempo. Ma ciò nonostante la spesa per la ristorazione scolastica rappresenta circa il 28% del fatturato dell'intera collettiva (e supera il 33% del volume dei pasti totali). Con questi numeri la Francia può essere considerata la regina della scolastica in Europa. Il catering scolastico transalpino è senz'altro uno dei più interessanti anche qualitativamente parlando, grazie al sensibile sviluppo delle cucine centralizzate (quasi 1.000 quelle che servono le scuole primarie) di solito ben gestite e sottoposte a severi controlli. Deboli nelle scuole superiori di primo e secondo grado, nei centri vacanze e nelle scuole post diploma, le SRC sono forti nelle circa 16.000 scuole primarie (più o meno il 50% di esternalizzazione) e soprattutto nelle 5.500 scuole private (60% circa). Le prospettive sono cospicue per le strutture ospitanti gli studenti tra gli 11 e i 18 anni, target per i quali i competitor leader (Elior e Sodexo) hanno già un'accattivante offerta ristorativa molto simile a quella che i teen ager trovano nel mondo della ristorazione commerciale.

Qui Germania

I volumi della ristorazione scolastica in Germania godono di buona salute. Non tanto per una questione legata alla crescita demografica ma, in buona sostanza perché molte mamme teutoniche lavorano e godono di un'efficiente supporto da parte dello Stato e delle scuole private che con la formula del Ganztagsschulen (scuole a tempo pieno con servizio di ristorazione), costituiscono l'autentico fenomeno del sistema germanico degli anni Duemila. Nella grande frammentazione di tipologie nelle quali si articola tale sistema (si va dagli oltre 15.000 asili di tre tipi diversi alle infinite scuole di specializzazione, etc.) l'apporto ristorativo determinante viene dagli asili e soprattutto dalla scuola privata. A conti fatti è proprio la scuola privata il motore della crescita grazie ad una estrema capillarità di istituti sul territorio e soprattutto grazie agli asili di prossimità. In questo scenario, la penetrazione delle SRC è decisamente inferiore che in altri Paesi. Assenti o quasi dalla scuola privata, e dai piccoli asili, i contract caterer occupano una percentuale prossima al 15% del mercato globale. I margini di sviluppo sono evidenti, ma per il momento ancora solo nel settore pubblico. Leader del mercato sono Sodexo, Dussmann e Apetito Catering, con Aramark e Compass all'inseguimento.

Qui United Kingdom

Quello del il Regno Unito è il secondo mercato europeo in valore. Inghilterra, Galles, Scozia e Irlanda sono piuttosto autonome nella legislazione e nei servizi di ristorazione scolastica. E molto spesso, persino ogni plesso scolastico gode di una certa autonomia gestionale potendo scegliere tra ristorazione autogestita o in appalto.

Piuttosto che pagare il pranzo nutrizionalmente corretto e troppo caro, la recente epoca di crisi, ha indotto una quota di studenti a ricorre al… lunch box (la nostra schiscetta). Ma a farla da padrone in UK sono spesso formule dirette e indirette di ristorazione commerciale. Nei licei e in particolare nelle high school/università si alternano i marchi più in voga: da Greggs (sandwich e piatti caldi) a Costa Coffee a Mc Donald's. In questo scenario si fa comunque largo la ristorazione in appalto: i contract caterer cresciuti lentamente hanno forti chance di rafforzare il loro business. Compass è leader con circa il 30% del mercato.

Seguono Sodexo e a distanza Initial Catering, Aramark, Harrison e Elior. Sono 25 le medio-piccole SRC follower presenti sul mercato.

Qui Spagna

Ultima fra le cinque grandi nazioni d'Europa la ristorazione scolastica iberica. Perché? Ovviamente per il numero inferiore di abitanti e quindi di studenti. Ma anche perché la maggioranza di genitori spagnoli preferisce ancora far mangiare i figli a casa per un misto di ragioni economiche e di scarsa immagine delle mense scolastiche. A questo si aggiunga il fatto che fra le strutture scolastiche delle diverse Regioni esistono enormi differenze. Se il 74% degli allievi delle scuole di Madrid va in mensa è perché l'89% delle scuole stesse offre tale servizio. Altrettanto non si può dire in Andalusia dove i due dati precipitano rispettivamente al 18 e al 13%. Sta di fatto che la media degli scolari fruitori della refezione non arriva al 40% sul totale. Ma veniamo alle cifre. La Spagna ha circa 26.000 scuole, la metà con cucina. Il 73% sono strutture pubbliche il restante 27% sono private. L'offerta ristorativa segue menu tradizionali. La ristorazione in appalto è in aumento e si attesta intorno al 60% in volume e al 70% in valore. Fortissima nelle università (90% dei pasti) e nelle scuole per handicappati (quasi l'80%), maggioritaria nelle scuole dell'obbligo (vicina al 60%) è penalizzata solo negli asili (36%) che sono oggettivamente meno interessanti.

davighi since 1939

Top Bagno Maria di altissima qualità prodotti interamente in Italia con acciaio AISI304 o AISI316 idoneo per uso alimentare con vasche monolitiche ottenute tramite imbutitura profonda e processo di ricottura.

TOP PER CARRELLI TERMICI CON BAGNOMARIA

WWW.DAVIGHI-INTERNATIONAL.COM +39 02 90 42 20 60 MILANO ITALY

L'anno **del boom**

Occupazione, giro d'affari ed espansione all'estero: il 2017 è stato l'anno dei record per il franchising italiano

Massimo L. Andreis

Lo dice il consueto rapporto Assofranchising Italia: il sistema dell'affiliazione nazionale non è mai stato così in forma. Occupazione, giro d'affari e reti italiane all'estero hanno infatti fatto registrare numeri in crescita e battuto nuovi record nel 2017.

Di più: l'espansione al Sud e la crescita delle opportunità per donne e giovani sono ulteriori segnali positivi di un business in pieno boom. Considerando le 929 insegne prese in esame dall'annuale indagine realizzata dall'associazione del settore – che da oltre 40 anni rappresenta la maggior parte delle insegne – emerge che il valore del giro d'affari complessivo delle reti in franchising per il 2017 è stato pari a 24,545 miliardi di euro, in crescita del 2,6% rispetto al 2016 (Tabella 1 pag. 37).

Una progressione che trova conferma in termini di negozi attivi su tutto il territorio nazionale (51.671, +1,9%), di master delle insegne straniere che scelgono il Belpaese per lo sviluppo della propria rete affidando il business a manager, imprese e personale italiano (+16,4%) e di negozi con insegne tricolore all'estero, che registrano

Tab. 1

Principali indicatori - anni 2016 - 2017

Indicatori	Anno di riferimento		Differenza 2017 su 2016	
	2016	2017	Valore assoluto	Valore %
Insegne operative in Italia	950	929	-21	-2,2%
Giro d'affari MLD €	23.930	24.545	0.615	2,6%
PDV franchising in Italia	50.720	51.671	951	1,9%
Addetti occupati	195.303	199.260	3.957	2,0%
Reti italiane all'estero**	169	179	10	5,9%
PDV italiani all'estero in franchising**	7.871	10.079	2.208	28,1%

** Sono state considerate solamente le reti italiane presenti all'estero con almeno 3 punti vendita franchising

un balzo a doppia cifra, pari al 28,1%, arrivando a quota 10.079 pdv appartenenti a circa 200 reti italiane (Tabella 2 pag. 38). È il segno di una domanda vivace nei confronti dell'offerta del franchising italiano, anche se il dinamismo dei nostri network fuori confine potrebbe essere maggiore. A fronte di tanti brand che già operano sui mercati stranieri, infatti, vi è un altro 35% circa di franchisor interessato a sfruttare questa opportunità che ha segnalato tuttavia un fabbisogno importante di servizi per lanciarsi all'estero. Tra i più richiesti dagli imprenditori troviamo partnership con istituti di credito in loco, analisi strategiche preventive, studi di adattabilità dei prodotti e servizi rispetto ai diversi contesti nazionali, uffici legali e tributari in loco in doppia lingua. Tornando invece in patria, seguendo la ripartizione geografica delle *Aree Nielsen*, il Nord-Ovest (Area 1) è prima per fatturato, addetti e insegne franchisor (335) mentre il Sud (Area 4) detiene il maggior numero di franchisee in valore assoluto (15.933). Ottime notizie anche dal fronte occupazionale: a conferma del ruolo dell'affiliazione non solo come strumento di creazione di posti di lavoro subordinati, quasi 200mila, ma di nuove attività imprenditoriali, sono soprattutto giovani e donne che apprezzano e sfruttano questa formula per lanciarsi in una nuova intrapresa: quasi il 90% dei franchisee ha un'età compresa tra i 25 e i 45 anni e addirittura 1 su 4 tra i 25 e i 35, mentre il 36% dei punti vendita è a conduzione femminile.

Un sogno concreto

Il dinamismo del franchising è legato, in buona parte, anche all'appeal che esercita. Secondo un sondaggio condotto da **Federfranchising** con *SWG*, tre italiani su dieci sognano di aprire un'attività affiliata, per essere finalmente "padroni di se stessi" e per provare una esperienza lavorativa "diversa".

Tra chi aspira a diventare franchisee, il 25% investirebbe direttamente i suoi risparmi, mentre il 68% chiederebbe un finanziamento. Tra le diverse tipologie di attività, il 53% degli aspiranti affiliati opterebbe per l'apertura di un negozio di vicinato mentre il 28% degli intervistati preferirebbe locali food: ristoranti, birrerie, bar, paninoteche ed altro. Il 19% vorrebbe invece lanciarsi nel mondo dei servizi. In generale, i potenziali franchisee ritengono che con questa formula il rischio sia minore rispetto a chi parte da zero e si affida solo alle proprie forze, grazie alla "tutela" del franchisor, che mette a disposizione marchio, esperienza e assistenza. Cosa ancor più significativa, questa formula aiuta l'occu-

pazione e l'imprenditoria, in particolare al Sud Italia, e attrae i più giovani, stanchi di mandare curriculum e disposti a cimentarsi in una iniziativa in proprio: ciò dimostra che c'è un'Italia che non aspetta mance o prebende dal cielo, magari andando a pesare, tanto per cambiare, sul colossale debito pubblico nazionale, in attesa di tempi migliori (leggi di farlo ripagare alle generazioni future, un giochino che ci è costato e ci sta costando caro). In generale, il mondo del franchising italiano beneficia della ripresa dei consumi delle famiglie registrata nel 2017, e il canale, secondo un recente sondaggio, è uno dei prediletti dagli italiani: il 36% dei consumatori, più di uno su tre, considera i negozi affiliati più affidabili sotto il profilo della tutela e del controllo sulla qualità dei prodotti (51%). Più in dettaglio, secondo il survey del *Centro Studi Salone Franchising Milano* realizzato nell'aprile scorso durante l'ultima happening meneghina, l'insegna conosciuta garantisce una maggiore affidabilità (26%); il livello di servizio e di confort ambientale è considerato maggiore, specie nelle piccole catene (23%) e, infine, i prezzi sono visti come fissi di default (22%). Dal survey (che ha coinvolto 5.100 persone tra visitatori della kermesse e di siti franchising) è anche emerso che nella rete dei negozi in affiliazione una spesa singola si aggira tra i 50 e i 100 euro nel 41% dei casi, e tra 100 e 500 euro nel 39%. I negozi preferiti sono quelli di abbigliamento (51%), food (37%) e servizi (19%).

Il sondaggio completo sarà presentato nel corso della 33° edizione del Salone, che si terrà dal 25 al 27 ottobre 2018 a Fieramilanocity, organizzato da *Rds Expo* e *Campus Fandango Club*, in collaborazione con *Fiera Milano*.

Tab. 2

Reti italiane all'estero

Paese	Insegne per paese	pvf per paese
Spagna	54	1078
Francia	37	548
Russia	24	411
Svizzera	20	172
Germania	18	309
Cina	17	300
Usa	15	78
Grecia	12	112
Romania	12	47
Gran Bretagna	11	205

Il food sugli scudi

Presenti in tutte le Regioni, con la Lombardia che si conferma l'area in cui sono attive più insegne (256), seguita dal Lazio (104) e dalla Campania (89), i 51mila negozi in franchising italiani registrano mediamente circa 300 milioni di visite totali di consumatori e fatturano 24,5 miliardi di euro annui.

Tra i 929 franchisor presi in esame dal Rapporto Assofranchising Italia 2018, le prime 100 aziende valgono ben il 60-70% dell'intero mercato italiano in termini di punti vendita, giro d'affari e occupati. Dal 2014 al 2017 i volumi complessivi del settore sono cresciuti sensibilmente: +5,7% per giro d'affari e +3,8% in termini di punti vendita. Solo il numero delle insegne in questi tre anni ha subito un fisiologico lieve calo (-1,3%).

Ebbene, ancora una volta in cima alla classifica dei segmenti più dinamici troviamo il food, sia per quanto riguarda la ristorazione con nuovi concetti che propongono specialità e prodotti tipici (17,5%), sia per quanto riguarda la Gdo (4,7%), che avanza grazie all'apporto di insegne in discount e a nuovi format in ambito bio. Anche le palestre e i centri estetici continuano a registrare trend positivi, come cliniche e servizi ambulatoriali per la salute, automotive, cosmetica e immobiliare in franchising che, nel 2017, torna a superare il miliardo di fatturato. In calo la categoria dei viaggi e del turismo per quel che concerne le agenzie di viaggi, penalizzate dai servizi online e dalle nuove forme di hospitality mentre il settore dell'hotellerie in affiliazione è stabile. In negativo anche i settori dell'abbigliamento e dei servizi per l'infanzia che, forse complice il calo della natalità, tornano sui livelli del 2014. Segno meno anche per le insegne di parrucchieri. Tornando al food, i negozi affiliati più frequentati in questo segmento sono gelaterie, caffetterie, yogurtherie, ristoranti a tema ed etnici, pizzerie, piadinerie, birrerie, pdv street food e vegetariani/biologici. Anche le prospettive del settore sono rosee. La progressiva ripresa dell'economia, infatti, dovrebbe accelerare l'estensione delle reti italiane, che nel 2021 dovrebbero superare abbondantemente i 25 miliardi di fatturato, le mille insegne e i 53mila negozi in affiliazione.

Ma passiamo ora a considerare alcuni esempi di aziende di ristorazione che si stanno sviluppano e che sono diventate "grandi" grazie al franchising.

Una formula adatta a tutti

Punta sul franchising per crescere lungo lo Stivale la birreria bavarese **Löwengrube**. Dopo aver aperto il primo locale nel 2005 a Capraia e Limite (FI), sede anche dell'headquarter aziendale, il format che si

ispira alle tipiche *bierstube* della Baviera ha sviluppato due nuovi concept ideali per gli spazi all'interno di centri commerciali, stazioni e aeroporti: il *Löwen Klein*, con una proposta di menu veloce e genuina, che nei CC offre un menu più adatto ad una ristorazione veloce, con hot dog gourmet, hamburger e brezel; e il *Löwen Wagen*, un innovativo food truck ispirato agli antichi vagoni ferroviari, che occupa una metratura a partire da 20mq, non prevede la presenza di sedute per la consumazione ed è adatto a finestre di food court in grado di ospitare unicamente l'ingombro del vagone o a location di almeno 60 mq.

"*Il progetto franchising è stato avviato nel 2014 e il locale più recente - un Löwengrube presso* I Viali Shopping Park *di Nichelino - è stato inaugurato ad agosto 2018. La prossima apertura vedrà invece il nostro debutto in Emilia Romagna a Bologna*", ci spiega **Pietro Nicastro**, ceo and founder dell'azienda.

Concentrati su strade ad alto scorrimento veicolare e buona visibilità, oggi, sui 17 punti vendita aperti con le diverse formule sviluppate dall'azienda in Italia, 16 sono in franchising e altri 4 sono in apertura entro l'anno con l'affiliazione. Che prevede, al di là delle clausole economico-finanziarie, "*tre o quattro settimane di tirocinio del personale dei nuovi pdv presso la* Lowengrube Academy *e due o tre di affiancamento dei nostri tutor dall'inaugurazione, oltre ad un'assistenza continua per tutta la durata del contratto*", aggiunge il fondatore.

Il layout dei locali è elaborato da un reparto ad hoc interno in collaborazione con studi di architettura partner. Nel Belpaese il format continua in un piano di sviluppo con imprenditori a cui vengono riservate aree definite. "*Per quanto riguarda i prossimi mesi*", puntualizza e chiosa Nicastro, "*sono previste diverse imminenti aperture a Taranto, Cosenza e Monza, oltre a un Wagen a Verona. E ancora, due nuovi tagli nastro sono in calendario in Lombardia, uno nella Capitale, mentre un secondo pdv alzerà la saracinesca nelle Marche ed altre cinque Wagen apriranno in outlet e CC nel 2019*".

Anche le catene più estese hanno sfruttato il franchising per diventare grandi: con 148 pdv aperti (quattro sono all'estero e precisamente due in Spagna a Santiago de Compostela, uno a Filadelfia negli Usa e uno a Dubai negli Emirati Arabi), di cui 131 in franchising (gli altri 17 diretti sono partecipati dell'azienda franchisor **Me & Alice Srl**), e una ventina di opening realizzate quest'anno (le ultime tappe del 2018 saranno Malta, il terzo locale a Milano e all'interno del centro commerciale *Auchan Porte dell'Adige* di Bussolengo), oltre 1.300 dipendenti totali e un fatturato medio per locale di 550.000 euro, **Riccardo Salvati**, responsabile sviluppo commerciale dell'azienda che possiede il brand **Alice Pizza**, ricostruisce la storia di un'avventura imprenditoriale il cui successo è legato a doppio filo alla formula dell'affiliazione: "*Tutto comincia nel 1990 a Roma, quando Domenico Giovannini apre il primo punto vendita di pizza a taglio in via delle Grazie, nella zona di San Pietro. Seguono nuove opening nel centro della Capitale e il 12 novembre del 2002 inizia l'iter di registrazione del marchio, che permette a Giovannini di detenerne la proprietà, concedendone la licenza d'uso esclusiva alla Me & Alice S.r.l., la società di gestione del franchising. Che si concretizza a partire dal 2012, sulla scia del grande successo commerciale e dei continui tagli nastro di punti vendita*".

Trattandosi di un "franchising artigianale", oltre alle caratteristiche tecniche, il modello adottato dal franchisor prevede l'uso in tutti i pdv di fornitori obbligati di materie prime selezionate dalla casa madre, tra cui la farina a marchio appositamente studiata proprio dal maestro pizzaiolo Domenico Giovannini. L'obiettivo è, partendo da una base comune di formazione acquisita presso l'*Alice Academy*,

Brand sotto la lente

Insegna	Locali/locali in franchising	Investimento	Fee d'ingresso	Royalties	Contributo marketing
Löwengrube	17/16	> 500.000 €	35.000 €	5%	2%
Alicepizza	148/131	200.000 €	45/55.000	5%	NO
Doppio malto	11/2	1.500 €/mq	30.000 €	4%	NO
La bottega del caffè (Cibiamo)	41/37	95.000 € (opere murarie e impianti esclusi)	15.000 €	4%	NO
Il FORNO di Cibiamo	34/32	95.000 € (opere murarie e impianti esclusi)	15.000 €	4%	NO
Virgin Active Cafè (Cibiamo)	28/27	-	20.000 €	4%	NO
Mondadori Cafè (Cibiamo)	1	-	15.000 €	4%	NO
Old Wild West (Cigierre)	84 affiliati	900.000/1.100.00 € oltre IVA	50.000 € oltre IVA	5% su fatturato netto	3% su fatturato netto
Wiener Haus (Cigierre)	13 affiliati	900.000/1.100.00 € oltre IVA	50.000 € oltre IVA	5% su fatturato netto	2% su fatturato netto
America Graffiti (Cigierre)	52 affiliati	700.000/9.000.00 € oltre IVA	50.000 € oltre IVA	5% su fatturato netto	2% su fatturato netto

lasciare uno spazio autonomo di creatività individuale ai singoli locali e a chi ci lavora, specie nelle cucine a vista, dove il pizzaiolo diventa protagonista anche del momento di vendita.
"*Il layout del locale per noi è fondamentale*", riprende il manager. "*L'ambiente si distingue per i dettagli architettonici, che si coniugano alla perfezione con l'eleganza degli arredi tutti italiani: Foscarini per i corpi illuminanti, Mutina per i rivestimenti, Castelli Forni per l'arredamento di vendita e del laboratorio e ovviamente per le attrezzature tecniche, tra cui il forno. Il progetto di ogni punto vendita è curato dallo StudioRam Architetti di Roma*".
Oltre ad essere artigianale, secondo Salvati il franchising di Alice Pizza è anche "atipico": nulla infatti è centralizzato, né surgelato o semilavorato, e ogni laboratorio è produttivo e indipendente.

Non solo: la casa madre affianca i suoi collaboratori per la prima fase di apertura e li accompagna in tutti gli iter amministrativi, percorrendo insieme a loro anche l'aspetto imprenditoriale e non solo quello commerciale.

La ristorazione a tema

Undici locali di cui 2 in franchising, cui se ne aggiungerà un altro entro la fine dell'anno a Catania, sui 4 complessivi in apertura (a Napoli, Asti e Reggio Emilia); un fatturato atteso di 13 milioni di euro grazie al lavoro di 350 dipendenti diretti (oltre ai 34 del franchising) per un'avventura imprenditoriale cominciata nel 2016 quando **Food Brand Spa**, nata da una expertise ultra decennale nel settore del food retail, attiva nello sviluppo di format di ristorazione caratterizzati, focalizzati sul cliente e sulla produzione e lavorazione artigianale delle principali materie prime utilizzate, dà il via allo sviluppo dell'insegna **Doppio Malto**.
"*A tutte le location, affiliate e non, forniamo innanzitutto le materie prime: molteplici varietà di birra artigianale, che viene prodotta completamente dai nostri mastri birrai nello stabilimento di Erba, in provincia di Como, e che si è aggiudicata oltre 100 premi a livello internazionale*", esordisce **Giovanni Porcu**, ceo e fondatore di Food Brand. "*A ciò si accompagna la formazione del personale: garantiamo ai nostri affiliati un supporto completo sia a livello strategico che operativo con cicli didattici costanti e un attento monitoraggio sul territorio. Last but not least, per quanto attiene al layout, tutti i brew restaurant di Doppio Malto hanno lo stile tipico di una fabbrica di birra dal mood industriale*

dove i nostri clienti si intrattengono in un ambiente accogliente e informale, spaziando dalla cultura brassicola, alle aree giochi, fino alle proiezioni di eventi sportivi".

Le location ideali per il brand sono collocate in mall, parchi commerciali o vie ad alta percorribilità, situati a loro volta in città e bacini di utenza superiori a 60mila abitanti. Con un portfolio costituito da cinque principali insegne e oltre 100 locali aperti in Italia e all'estero, **Cibiamogroup** è uno dei protagonisti della ristorazione fuoricasa in Italia. Una posizione conquistata proprio grazie al franchising. Sono infatti 97 i locali affiliati: un **Mondadori Cafè**, 27 **Virgin Active Cafè**, 32 **IL FORNO di cibiamo** e 37 **La bottega del Caffè**. Proprio con quest'ultima insegna, che propone un nuovo concetto di caffetteria made in Italy, sono state aperte tre location dall'inizio del 2018, superando così i 40 pdv, tra cui quello inaugurato a Cannes, che segna l'avvio della "campagna di Francia", che prevede nuove aperture nel Paese transalpino.

Il primo punto vendita del gruppo ligure era stato inaugurato nel 1992 all'interno del centro commerciale *Centroluna* a Sarzana (SP), antesignano di una espansione che ha avuto nei mall il suo terreno preferenziale, con una maggiore concentrazione in Lombardia, Liguria, Piemonte, Veneto ed Emilia Romagna. "*Oltre agli shopping center, siamo presenti all'interno di importanti stazioni ferroviarie (Bologna, Verona, ecc.) e, a seguito del restyling che ha caratterizzato i nostri format, siamo pronti a valutare anche location in high street come quella inaugurata di recente sulla Croisette*", ci dice il presidente della società, **Alessandro Ravecca**. Che a riguardo aggiunge: "*Attualmente non abbiamo accordi di master franchising in essere ma siamo interessati a realizzarli specialmente per proseguire nello sviluppo all'estero delle nostre insegne*".

Pensata quindi per gli shopping center, la proposta f&b di Cibiamo sta crescendo anche al di fuori di questo contesto, grazie a concept pensati ad hoc e alla rimodulazione dell'offerta gastronomica: "*Quando abbiamo studiato un formato per il centro storico come Mondadori Café, abbiamo elaborato un'offerta fortemente orientata a rispondere ai bisogni di una clientela cittadina in cerca di prodotti sani e gustosi per la pausa pranzo. Anche per la versione high street de La bottega del Caffè abbiamo scelto di integrare la nostra classica lista di prodotti con una gamma più ampia di salati, come pizza e focacce gourmet e alcuni piatti*", riprende il presidente. "*Questa ulteriore ricerca è finalizzata ad aumentare lo scontrino medio perché, se la presenza in un centro commerciale garantisce una certa stabilità, grazie a flussi di clientela e fatturati costanti durante tutto l'anno, con picchi nei mesi di agosto e dicembre, al di fuori di questo ambito non solo le variabili sono meno controllabili e standardizzabili ma anche i cambiamenti della concorrenza sono più frequenti e meno calcolabili*".

Con 320 locali in Italia e 7 all'estero, un fatturato che ha superato abbondantemente i 300 milioni di euro e circa 5mila collaboratori, **Cigierre** il leader italiano della ristorazione a tema. Il gruppo guidato da **Marco Di Giusto**, dal 2016 controllato dal fondo inglese **BC Partners**, possiede i marchi **Old Wild West**, **Wiener Haus**, **PizziKotto**, **Shi's** e **America Graffiti**.

Saranno circa 50 le aperture realizzate entro la fine di quest'anno secondo quanto ci ha dichiarato **Gianandrea Gropplero di Troppenburg**, real estate manager della società friulana. Di queste, circa una decina sono relative a ristoranti affiliati, e principalmente legate ai tre marchi più estesi della rete: la burger&steak house **OWW**, la mittleuropea **Wiener Haus** e il diner in stile anni 50 **America Graffiti**, rispettivamente con 84, 13 e 52 franchisee attivi. "*Per tutti e tre i formati, la nostra casa madre fornisce un partner logistico per la fornitura delle materie prime unitamente alla formazione per due settimane prima dell'apertura e per un'altra in fase di start up presso l'Academy e il punto vendita*", precisa il manager. Secondo il quale, entrare a far parte del mondo Cigierre garantisce ai franchisee il supporto costante di un team di lavoro articolato, che mette a disposizione degli affiliati professionalità consolidate in oltre 20 anni: "*Oltre al sostegno prima dell'apertura, offriamo un monitoraggio continuo sulla qualità dei punti vendita, mirato a garantire l'uniformità dell'offerta. E non è tutto: i franchisee possono affidarsi a format conosciuti, unici nel settore della ristorazione a tema e apprezzati per le ambientazioni, l'alta qualità del prodotto e i prezzi accessibili, fattori che permettono al cliente di vivere una vera esperienza di consumo a 360°*", chiosa Gropplero.

La ristorazione al servizio della salute

Il connubio di salute e alimentazione e le soluzioni relative al problema delle fragilità alimentari sono una sfida e un'opportunità per il mondo del foodservice che l'azienda di Pontremoli raccoglie, interpreta e sviluppa

General Beverage nasce più di vent'anni fa su iniziativa della famiglia **Varoli**: accanto al padre, quattro fratelli e un obiettivo comune: "*Valorizzare, nell'ambito della ristorazione collettiva, l'applicazione di sistemi capaci di ridurre la logistica, l'impatto ambientale delle bevande e in generale dei prodotti confezionati, fornendo prodotti e servizi di qualità*". Così dice **Giovan Battista Varoli**, a capo dell'azienda che ha conquistato una posizione di leadership nella distribuzione - tramite sistemi semiautomatici - di bevande fredde e calde, gelati soft, frozen yogurt, zuppe, caffè in grani, bevande salutistiche, alimenti omogenei, utilizzati in oltre 60 milioni di colazioni e 110 milioni di pasti annui nei settori della ristorazione collettiva, turistica, commerciale e sanitaria, operando con diversi marchi, tra cui **IO BEVO** e **IO SANO**.

GIOVANNI BATTISTA VAROLI, presidente General Beverage

A tutta salute

In particolare, IO SANO®, la divisione che si dedica al settore ospedaliero e a quello delle case di riposo, propone due tipi di servizi: **BevoSano®**, per la distribuzione di bevande tradizionali e speciali; **RistoSano®**, che si occupa della preparazione di diete a consistenza modificata e si rivolge in particolare ad ospiti con problemi di masticazione e deglutizione. "*Quest'ultimo ambito rappresenta per noi un motivo di orgoglio e di continua sfida*", riprende l'imprenditore toscano. "*Orgoglio per la sua originalità, visto che una quindicina di anni fa siamo stati i primi a ideare e sviluppare questa tipologia di progetto; sfida e necessità di crescita e aggiornamento costante, perché si rivolge a una problematica delicata, con una complessità di sistema – relazionale, medico-scientifica, tecnica e operativa – che implica un continuo lavoro di studio e confronto con le diverse figure coinvolte*".

In questo contesto va considerato tra l'altro il grave problema della disfagia, la difficoltà di deglutizione, che interessa soprattutto (ma non solo) anziani non autosufficienti ed è conseguenza di numerose patologie: infettive, metaboliche, miopatiche, indotte da trattamenti, ma soprattutto neurologiche (legate ad Alzheimer, ictus, sclerosi multipla, SLA, morbo di Parkinson, demenze). In presenza di tale disturbo, le difficoltà si possono manifestare in maniera più o meno evidente già nelle prime fasi e rischiano di peggiorare rapidamente, se non vengono affrontate in maniera adeguata e tempestiva. Le conseguenze, quando diventano gravi, possono condurre alla necessità di nutrizione artificiale, con peggioramento della qualità della vita, dell'alimentazione e della salute del malato.

"*Affrontiamo questo problema su tre piani - analitico, tecnico-alimentare e organizzativo - presentandoci come potenziale ausilio*

operativo per le diverse figure coinvolte nell'analisi dei sintomi e nel valutare le possibili soluzioni per il paziente disfagico", approfondisce la sua disamina Varoli. "*In primis logopedisti, nutrizionisti e medici, ma anche infermieri, oss e famigliari. È parte integrante del nostro approccio, infatti, condividere con le strutture protocolli di studio e di analisi delle esigenze nutrizionali, know-how che abbiamo sviluppato in questi anni a vari livelli (sicurezza reologica degli alimenti, efficacia nutrizionale, soprattutto dal punto di vista dell'apporto energetico e proteico, sicurezza igienico-sanitaria del sistema di somministrazione), in collaborazione con enti di ricerca universitari e importanti strutture sanitarie e sociosanitarie. Una volta effettuata la diagnosi complessiva, si elabora un piano nutrizionale, basato sia su parametri standard (linee guida ministeriali) sia sulla valutazione di altre patologie correlate o preesistenti, che possono implicare differenze specifiche in termini di apporto e di ingredienti utilizzabili*". Di qui il piano nutrizionale e il relativo menu, che vengono personalizzati per quanto possibile e comunque verificati rispetto ai fabbisogni dei pazienti. Il piano inoltre è definito sulla base dei valori di ciascun piatto e portata, valori assolutamente certi e costanti, che permettono una previsione sicura degli apporti pianificati. Con riferimento al livello di disfagia, ricordiamo la calibrata possibilità di modificare l'omogeneità degli alimenti (maggiore o minore densità, cremosità) offerta da RistoSano® per facilitare la deglutizione e, nei casi più delicati, evitare rischio di tosse, soffocamento o polmoniti ab ingestis (il passaggio silente di parti dell'alimento nei polmoni).

Fondamentale è anche la ricchezza di offerta, la gamma di menu che si può realizzare, permettendo di stimolare l'appetito e favorire il piacere di mangiare, parti essenziali della cura.

I vantaggi

Oltre alla sicurezza e costanza reologica e organolettica dei prodotti e alla loro grande varietà, con più di 120 ricette per piatti omogenei tra vellutate, paste, purè di verdura, carne, pesce, dessert tradizionali e iperproteici, mousse di frutta, piatti regionali e internazionali, ma anche latte e biscotti, cappuccino e biscotti, tè e biscotti per la colazione (ricette realizzate tutte con materie prime di qualità certificata), "*possiamo offrire per l'idratazione un'ampia gamma di bevande gelificate a densità variabile*", dice ancora il nostro interlocutore. "*Non solo: il servizio è infatti utilizzabile 24 ore su 24 e con erogazione di porzioni personalizzabili, aspetto non trascurabile, non soltanto dal punto di vista operativo e organizzativo della struttura, anche per affrontare possibili emergenze, ma soprattutto dal punto di vista nutrizionale e del benessere complessivo dell'ospite*".

Non va tralasciato che RistoSano® è un sistema integrato, non soltanto un servizio di distribuzione di alimenti: "*Sono fondamentali infatti le attività di valutazione nutrizionale a integrazione o supporto di quelle già realizzate dai nostri partner; la progettazione del menu e del piano nutrizionale in base ai fabbisogni evidenziati e condivisi; la formazione iniziale, che realizziamo nella fase di avvio, massimizzando la collaborazione con la struttura e la formazione permanente, una volta avviato il servizio, nonché il monitoraggio dei risultati in termini di stato nutrizionale, di consumo e gradimento dei piatti. Questo approccio dinamico ci permette, per esempio, di modificare in corso d'opera, se necessario, i menu e di recepire suggerimenti sia operativi che per l'eventuale sviluppo di nuove ricette*".

Un'ulteriore miglioria tecnologica è iosanoCLOUD, piattaforma online che permette agevolmente di condividere con tutti gli operatori (nutrizionista, direzione sanitaria, logopedista, geriatra, infermiere, oss), con gli ospiti e i famigliari menu, piano nutrizionale e valutazioni allergologiche e di monitorare per ogni singolo ospite l'apprezzamento e i risultati dietetici raggiunti. "*RistoSano® ha avuto una notevole crescita negli ultimi anni: questo ci conforta a continuare nella direzione intrapresa*".

General Beverage S.r.l.
Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305 - Fax +39 0187 461368
info@iobevo.com - www.iobevo.com

Un passo avanti e due indietro

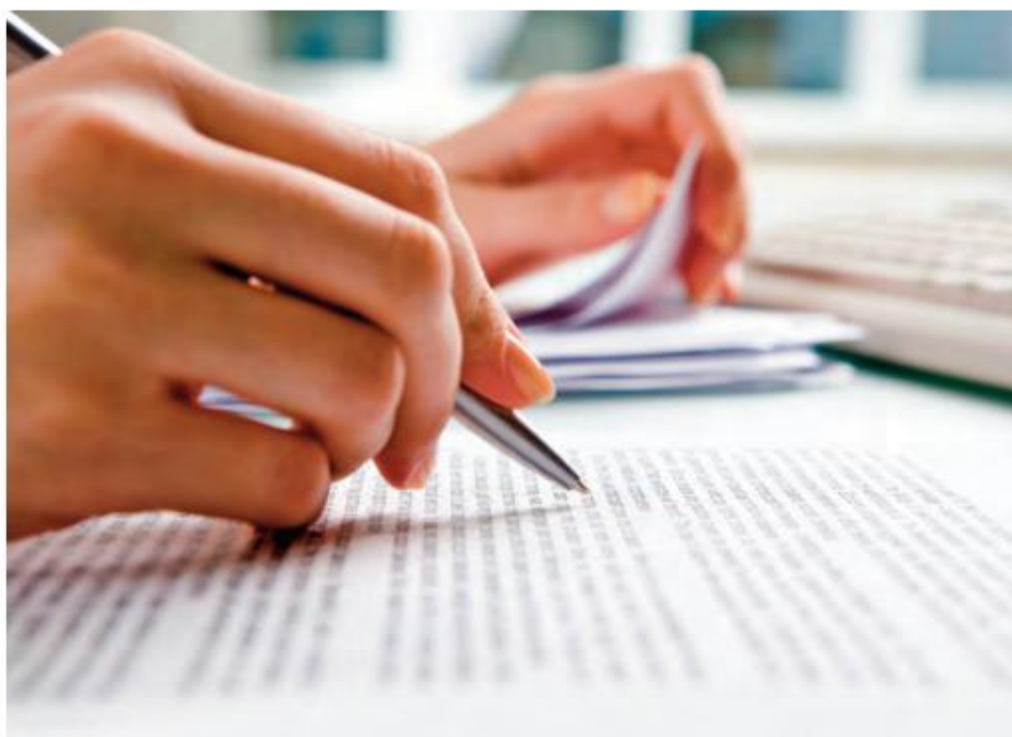
L'albo dei commissari di gara, istituito dall'Autorità anticorruzione, ha registrato una battuta d'arresto a causa della sospensiva ordinata dal TAR del Lazio dopo il ricorso presentato dell'associazione ASMEL

C. Giannone

Lo scorso 18 luglio sono state annunciate da ANAC, le tanto attese istruzioni operative per l'iscrizione all'Albo nazionale obbligatorio dei commissari di gara e per l'estrazione dei commissari, così come previsto dall'articolo 77 del Codice degli appalti. I soggetti che intendono candidarsi e che sono in possesso dei requisiti di esperienza, professionalità e onorabilità previsti dalle Linee guida n.5 possono così accedere all'Albo seguendo una serie di procedure. Vediamole in dettaglio.

Requisiti e quota d'iscrizione

All'atto della registrazione verrà richiesto l'inserimento del codice TRN (Transation Reference Number), a conferma del pagamento della quota fissata di 168 euro. L'iscrizione all'Albo prevede il pagamento di tale quota, indipendentemente dalla

data di iscrizione. In fase di avviamento dell'Albo, la tariffa versata per le iscrizioni effettuate nel 2018 sarà comprensiva dell'annualità dovuta per tutto il 2019. La tariffa per gli anni successivi dovrà essere versata entro il 31 gennaio di ciascun anno. Qualora l'esperto non provveda entro il predetto termine, viene automaticamente sospeso e, in difetto di regolarizzazione entro 30 giorni dal sollecito dell'Autorità, cancellato dall'Albo.

L'accesso online

I candidati interessati, possono presentare la domanda di iscrizione tramite un'apposita applicazione online, compilando i campi previsti e allegando alla domanda un curriculum. Terminato l'inserimento dei dati, l'applicazione genera un documento in formato pdf che contiene le dichiarazioni rese.
Il documento dovrà quindi essere scaricato dall'esperto, firmato digitalmente e ricaricato nell'applicazione. La corretta ricezione del documento perfeziona l'iscrizione all'Albo. L'esperto può verificare o modificare i dati della propria iscrizione consultando l'Albo stesso o accedendo alle apposite sezioni tramite le proprie credenziali d'accesso (ID e Password). Spetta al soggetto interessato (esperto o stazione appaltante) la segnalazione tramite l'applicativo di eventuali circostanze che determinino la cessazione di uno o più requisiti fra quelli elencati al paragrafo 3 delle linee guida, "Requisiti di moralità e compatibilità". La perdita di uno o più requisiti, deve essere immediatamente segnalata all'Autorità da parte del soggetto interessato e/o dalla stazione appaltante in sede di verifica del permanere dei requisiti del commissario. A carico delle stazioni appalti c'è la comunicazione all'ANAC del mancato possesso dei requisiti o la dichiarazione di incompatibilità dei candidati. A questo si aggiunge la segnalazione dei casi in cui i commissari di gara, nell'esercizio delle proprie funzioni, abbiano concorso all'approvazione di atti dichiarati illegittimi con dolo o colpa grave accertati in sede giurisdizionale con sentenza non sospesa.
Il candidato membro di una commissione di gara deve dichiarare se è alle dipendenze di una stazione appaltante e se ha ricevuto sanzioni nel corso della sua attività lavorativa e professionale, anche se riferite ad una categoria diversa da quella per la quale si è autocertificato all'atto dell'iscrizione all'albo. Gli esperti dipendenti delle amministrazioni aggiudicatrici possono iscriversi solo come commissari interni dell'amministrazione di appartenenza oppure, sia come commissari interni dell'amministrazione di appartenenza sia come commissari esterni per le procedure indette dalle altre stazioni appaltanti.
Ogni anno, entro il 31 gennaio, ai fini del mantenimento dell'iscrizione, oltre al pagamento della quota l'esperto deve confermare il mantenimento dei requisiti dichiarati. Se vuole cancellarsi dall'Albo, può comunicare tramite l'applicazione online la propria intenzione portan-

do a termine comunque le attività nella commissione in cui sia già stato nominato commissario. Per quanto riguarda la richiesta di esperti da parte di una stazione appaltante occorre fare riferimento all'applicazione online, coerentemente con quanto previsto dalla documentazione di gara.
L'ANAC, tramite l'applicazione, previa verifica delle informazioni inserite, fornisce alla stazione appaltante richiedente la lista degli esperti estratti in base a una serie di criteri che andiamo ad elencare.

La composizione della commissione

Gli esperti vengono estratti tra quelli, della sezione, sottosezione e livello di esperienza indicati dalla stazione appaltante con il minor numero di nomine ricevute come componente di commissione giudicatrice, considerando tutte le sottosezioni cui è iscritto e tutti i periodi di iscrizione, esclusi gli interni alla stazione appaltante, quelli sospesi, nonché quelli temporaneamente non estraibili in quanto già estratti in una procedura di composizione di altra commissione non ancora definita; la casualità e l'indipendenza dell'estrazione è assicurata attraverso l'utilizzo di numeri casuali generati da un servizio esterno di randomizzazione o, in alternativa, utilizzando le funzionalità messe a disposizione dall'ambiente operativo dell'applicazione stessa. L'estrazione si considera validamente effettuata quando il numero degli esperti estratti risulti corrispondente a quello richiesto dalla stazione appaltante. In tale ipotesi l'applicazione genera un file formato pdf contente la lista dei nominativi e i riferimenti degli esperti estratti. L'estrazione validamente effettuata può essere annullata attraverso l'applicazione, previa adeguata motivazione. In tal caso la stazione appaltante procede ad una nuova richiesta di estrazione per la stessa procedura di affida-

mento del servizio. Se l'estrazione non consente di soddisfare le richieste della stazione appaltante, per insufficiente disponibilità di esperti, la stessa è da considerare non valida e l'applicazione genera un file formato pdf contenente l'esito negativo dell'estrazione. In tale ipotesi la stazione appaltante, dovrà ripetere la procedura.
Nel caso di richieste relative a procedure per l'affidamento di servizi e forniture caratterizzate da un elevato contenuto scientifico tecnologico o innovativo, effettuate nell'ambito di attività di ricerca e sviluppo, la stazione appaltante ha l'obbligo di indicare, tramite l'applicazione, tali caratteristiche e i motivi per cui non può ricorrere alla selezione mediante estrazione delle figure professionali presenti nelle sezioni e sottosezioni dell'Albo. In questo caso, l'Autorità può richiedere integrazioni alla documentazione prodotta o convocare in audizione la stazione appaltante. Ove l'ANAC non concordi su tutti o parte dei profili proposti dalla stazione appaltante si procede con i criteri ordinari di estrazione nella sottosezione che la stazione appaltante deve comunque indicare nella propria richiesta. Ai fini dell'iscrizione degli esperti, l'Albo è operativo dal 10 settembre 2018;
Ai fini dell'estrazione degli esperti, l'Albo è operativo, per le procedure di affidamento per le quali i bandi o gli avvisi prevedano termini di scadenza della presentazione delle offerte a partire dal 15 gennaio 2019.

Tariffe e compensi

Per completare il quadro relativo alla piena applicazione di quanto previsto dalle linee guida e dal codice in data 12 febbraio 2018 è stato pubblicato un decreto legge contenente le tariffe minime e massime da corrispondere ai commissari di gara, sulle quali avevo espresso a suo tempo una serie di perplessità. Quando tutto sembrava completato ecco che l'Associazione per la sussidiarietà e la modernizzazione degli enti locali ha presentato al Tar Lazio un ricorso contro il Ministero delle infrastrutture e dei trasporti e contro il Ministero dell'economia e delle finanze chiedendo l'annullamento previa sospensiva del Decreto 12 febbraio 2018 recante "Determinazione della tariffa di iscrizione all'albo dei componenti delle commissioni giudicatrici e relativi compensi".
L'argomentazione base del ricorso è relativa al fatto che il decreto oltre ad aver fissato per i commissari di gara un compenso massimo, ne ha fissato anche uno minimo cosa che, in verità, non è prevista dall'articolo 77, del odice dei contratti di cui al D.lgs. n. 50/2016, nel quale si afferma testualmente che "...Con decreto del Ministro delle infrastrutture e dei trasporti, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, sentita l'ANAC, è stabilita la tariffa di iscrizione all'albo e il compenso massimo per i commissari...".
I motivi del ricorso sono stati condensati nei seguenti due punti:

1.Illegittimità - Violazione di legge: art. 77 comma 10 del Codice degli appalti - Eccesso di potere per eccesso dell'attribuzione di competenza ed erroneità dei presupposti - Arbitrarietà - Difetto di istruttoria.
2.Eccesso di potere: Illogicità - Irragionevolezza - Sviamento - Violazione di legge: art. 37 Codice degli appalti.
Relativamente al primo punto nel ricorso è precisato come appaia "... Di tutta evidenza come il Ministero abbia ecceduto nella "delega ricevuta laddove non si è limitato a prevedere un compenso massimo ma ha previsto anche un compenso minimo".
I ministeri, in buon sostanza erano stati autorizzati a fissare un compenso massimo, al fine di contenere le spese delle commissioni giudicatrici e non avrebbero avuto alcun potere di individuare anche i compensi minimi.
La mia opinione è che sia doveroso individuare un compenso equo parametrato sul numero delle offerte da esaminare e non sul valore in sé dell'appalto, visto che i tempi per analizzare un'offerta tecnica (parlo dei servizi in cui ho un certa esperienza) sono gli stessi sia che si tratti di gare con importi piccoli sia che si tratti di gare con importi elevati.
Nel ricorso viene ipotizzato che i motivi dell'"eccesso alla delega" debbano essere ricercati "nel tentativo di rendere operativo l'istituto dell'Albo dei Commissari gestito dall'ANAC attraverso un incentivazione economica degli incarichi attualmente remunerati con compensi quasi irrisori e ben lontani da quelli previsti dal d.m. impugnato" con la conclusione che tale situazione sembra rendere ancor più manifesta l'illegittima dell'eccesso di delega posto in essere dai due ministeri che sembrano aver perseguito un fine diverso da quello per cui gli era stata conferita la delega.
Il Tar accoglie la richiesta di sospensiva e fissa per la trattazione di merito del ricorso l'udienza pubblica del 22 maggio 2019.
E nel frattempo cosa succede?... Secondo me fino al 15 gennaio tutto resterà come prima, ogni stazione appaltante sceglierà i componenti delle commissioni di valutazione con le procedure che reputa più opportune e ne fisserà i compensi, nel frattempo ANAC potrebbe congelare l'operatività dell'albo e attendere l'esito della sentenza.
Aspettiamo fiduciosi.

BEERS & CRAFT BEERS | FOOD | BEVERAGE

FIERA INTERNAZIONALE DELLE SPECIALITÀ BIRRARIE, BIRRE ARTIGIANALI E FOOD PER L'HORECA

www.beerattraction.com

beer

beverage

food

RIMINI EXPO CENTRE ITALY

16 - 19 FEBBRAIO 2019

insieme a

in contemporanea con

organizzato da

Il cartellino nutrizionale del futuro

L'azienda di servizi è in prima linea con un progetto scientifico mirato a favorire la consapevolezza del paziente sul cibo che mangia

Nella maggior parte delle realtà ospedaliere il cartellino nutrizionale che accompagna il menù del degente rappresenta un mero strumento funzionale del servizio di ristorazione, utilizzato principalmente per garantire la corretta prenotazione del pasto. Quali sono, tuttavia, le potenzialità di questo strumento da un punto di vista informativo e di educazione alimentare al paziente? Questa è la domanda che si è posta **Markas**, azienda specializzata nella ristorazione collettiva in ospedali e cliniche private, che, con il coordinamento scientifico del professor **Lucio Lucchin** (Direttore Unità Operativa di Dietetica e Nutrizione clinica presso l'Azienda Sanitaria dell'Alto Adige e Past President ADI), ha sviluppato il progetto "Cartellino nutrizionale del futuro", uno studio sperimentale volto a formulare un cartellino innovativo, funzionale per gli operatori e interessante per gli utenti. Lo studio pilota è stato condotto presso l'Ospedale Fatebenefratelli di Erba (CO) e articolato in più fasi, volte a raccogliere tutti gli input necessari a sviluppare un cartellino nutrizionale innovativo, che possa rappresentare una best practice da implementare anche in altre realtà.

Fasi del progetto, risultati e sviluppi futuri

Partendo da un'analisi accurata dell'efficacia del cartellino nutrizionale come strumento operativo e ottimizzando gli aspetti legati alla semplificazione della lettura per l'operatore al nastro, si è passato a un coinvolgimento attivo di tutti gli stakeholder della struttura ospedaliera. In questa fase è risultato fondamentale il contributo dei pazienti stessi, nonché dello staff medico ed infermieristico per capire la loro percezione del cartellino nutrizionale e quali informazioni aggiuntive avrebbero letto con interesse. Il cartellino è stato quindi arricchito con diversi elementi per sensibilizzare il paziente su cosa sta mangiando e informarlo sull'importanza di una corretta alimentazione nel processo di prevenzione e cura, indicando anche gli allergeni alimentari contenuti nei singoli piatti in ottemperanza al regolamento (UE) n. 1169/2011. Grande importanza è stata riservata all'aspetto educativo-terapeutico della ristorazione, completando il retro del cartellino con informazioni nutrizionali e approfondimenti su temi legati al mondo dell'alimentazione, con l'obiettivo di risvegliare la curiosità del paziente e stimolarne il coinvolgimento attivo. Il progetto non termina qui: Markas sta lavorando a un nuovo sviluppo per valutare il ruolo che le aziende di ristorazione possono svolgere a supporto dello staff medico per contrastare gli stati di malnutrizione di degenti e pazienti nel corso della loro permanenza in ospedale. Un obiettivo ambizioso, che l'azienda persegue al fine di contribuire al miglioramento della qualità della vita clinica del paziente.

www.markas.com

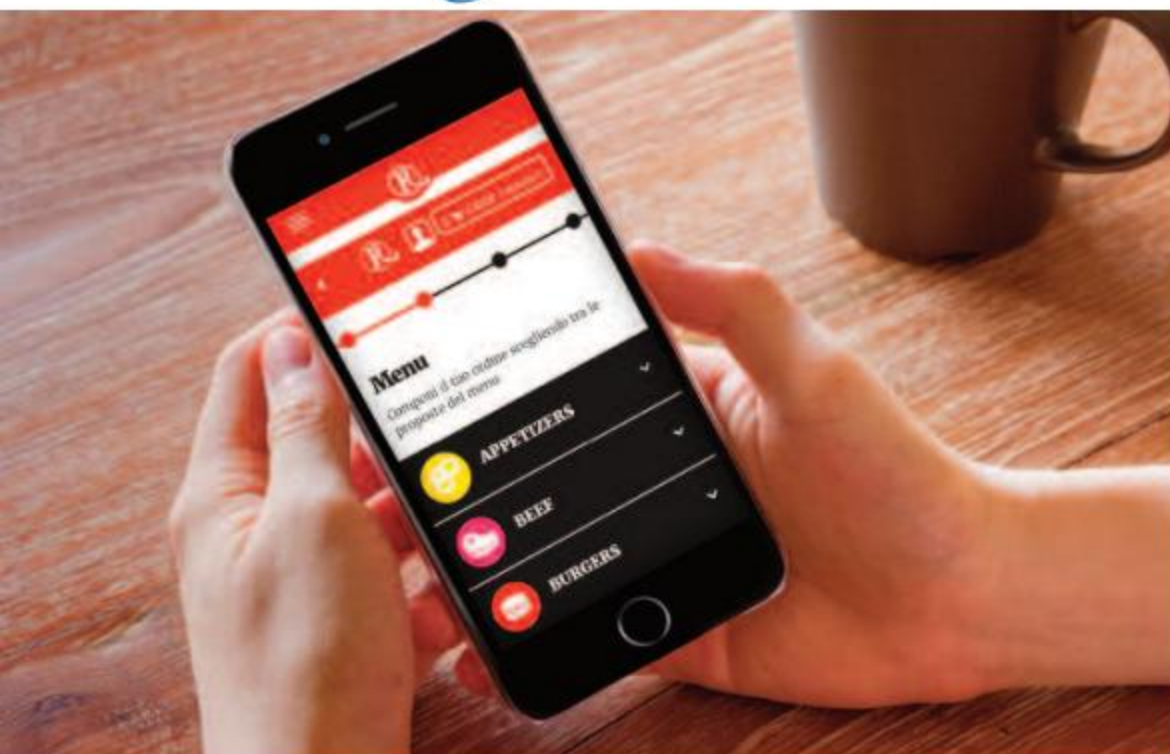
Lo scontrino **in un clic**

Pagare dal tavolo il conto del ristorante è una possibilità che piace sempre di più ai clienti italiani: numeri, soluzioni e case history di un sistema che prende piede

M. L. Andreis

La rivoluzione che ha investito il mondo del commercio negli ultimi anni e si sta diffondendo anche in Italia si chiama mobile payment.

Pagare con lo smartphone, attraverso app dedicate che permettono di utilizzare il proprio device con o senza tecnologia NFC (Near Field Communication), è una modalità di saldare il conto che piace sempre di più.

L'aumento della competizione, le innovazioni tecnologiche, lo sviluppo dei processi e delle tipologie di servizio, le nuove normative: sono diversi gli ingredienti che concorrono a spingere questa pratica anche in un Paese che, per tante ragioni, non ultima una digitalizzazione piuttosto arretrata, è sempre stato restio ad abbandonare il contante per adottare nuove modalità di pagamento. Ebbene, nel 2017 i pagamenti attraverso il cellulare (Mobile Proximity Payment) hanno fatto registrare oltre 70 milioni di transato: erano stati 10 milioni scarsi nel 2016. Un vero boom, grazie a un esercito di circa 500 mila

utenti attivi stimati. E le previsioni dell'*Osservatorio Mobile Payment & Commerce* della *School of Management del Politecnico di Milano* parlano di un transato che potrebbe valere dai 3,2 ai 6,5 miliardi di euro nel 2020. In crescita anche gli acquisti tramite mobile site o app di beni e servizi, ovvero la componente Mobile Remote Commerce, a quota +65% rispetto al 2016 con oltre 5,8 miliardi di euro di transazioni, pari a circa il 25% del totale transato e-commerce: 12 mesi prima rappresentava il 18%.

Mobile payment e ristorazione

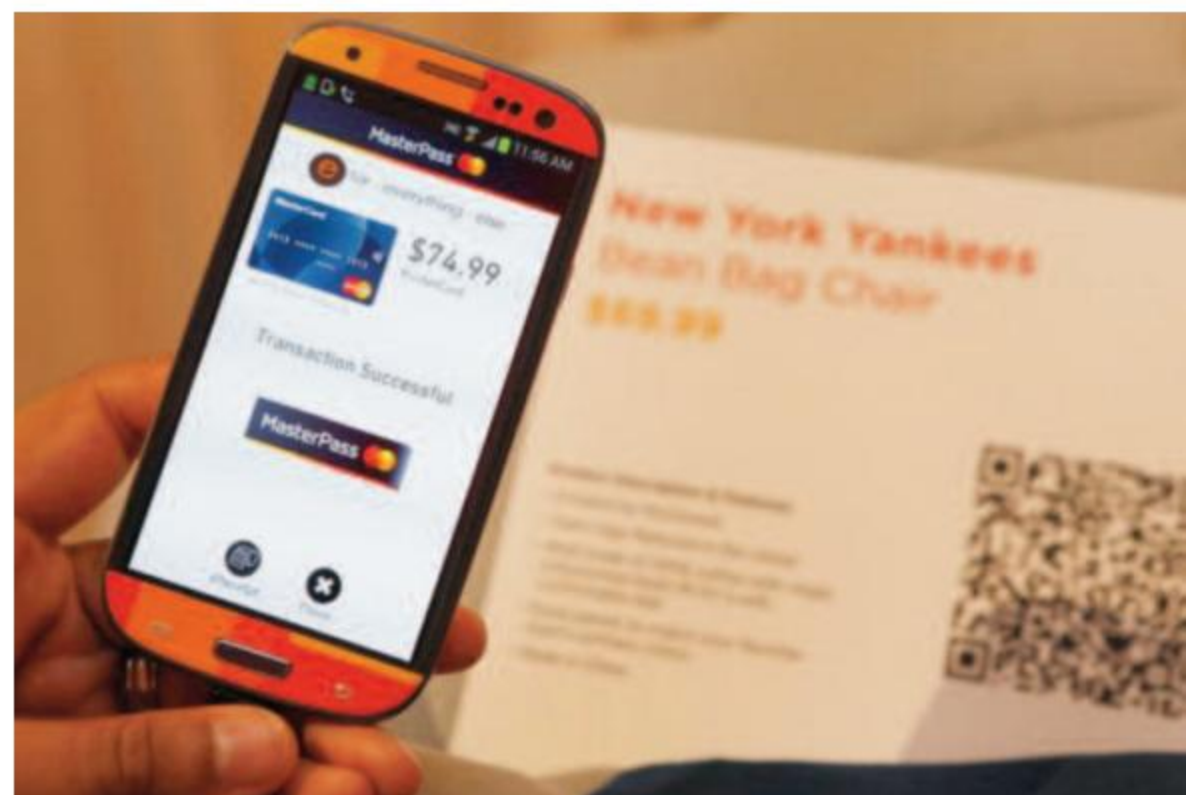
Anche il mondo della ristorazione si sta attrezzando per consentire ai clienti di pagare il conto direttamente dal tavolo. Basti pensare a tal proposito all'accordo sottoscritto da **Mastercard** con **Eataly Net**, **Roadhouse** e **Rossopomodoro**.

Per quanto attiene al food retailer di casa **Cremonini** attivo nel mondo del burger gourmet e alla catena di pizzerie napoletane della partenopea **Sebeto**, l'integrazione delle rispettive app con la piattaforma *Masterpass* (dal giugno 2016 è accessibile a 200 milioni di consumatori in 18 paesi che possono fare acquisti su oltre 300mila siti web e app, tra cui 12mila in Italia, ovvero oltre il 90% dei siti di e-commerce del nostro Paese) consente ai loro clienti di effettuare pagamenti multicanale veloci, semplici e sicuri senza alzarsi dal desco: possono infatti saldare il conto dopo aver verificato dai propri device mobili gli ordini effettuati, ed essersi in caso divisi la spesa "alla romana" o in base a quanto consumato da ciascuno, senza inserire le credenziali né i dati delle rispettive carte ogni volta, a qualunque circuito appartengano, essendo presenti nelle applicazioni delle due insegne, conservati in un unico luogo sicuro.

Nessuna coda in cassa, tempi di pagamento abbatuti da 12 minuti a pochi secondi, maggior turnover dei clienti ai tavoli, più tempo allo staff per prendere le ordinazioni, accresciuta efficienza e qualità del servizio offerto: questi gli atout del mobile payment. Nel caso di **Eataly Net**, invece, società del gruppo di **Oscar Farinetti** che si occupa dell'e-commerce internazionale di prodotti di alta qualità legati alla cultura eno-gastronomica italiana, la partnership con Mastercard e *Samsung* ha portato allo sviluppo di una app per lo shopping che permette agli utenti di fare la spesa direttamente dal nuovo frigorifero *Family Hub* del produttore coreano, con pochi, semplici gesti, tramite l'app integrata nell'apparecchio domestico che conserva cibi e bevande.

Anche il colosso della ristorazione a tema **Cigierre**, gruppo guidato da **Marco Di Giusto**, dal 2016 controllato dal fondo inglese **BC Partners** (22 milioni di coperti serviti in oltre 300 ristoranti che nel 2017 hanno superato la soglia dei 300 milioni di fatturato) ha adottato diverse soluzioni che permettono ai clienti il pagamento del conto in modalità elettronica in molti dei suoi oltre 330 locali, tra cui la soluzione *Pay-at-table* di **Ingenico** (vedi box a pagina 57).

Non per nulla **Old Wild West** è una delle catene di ristorazioni più innovative dal punto di vista tecnologico: fidelity card con offerte esclusive, connessione wifi gratuita in tutti i ristoranti, disponibilità di app su tablet e l'accettazione dei pagamenti tramite i nuovi sistemi Person-to-Business (P2B). Proprio OWW, insieme a **Wiener Haus** (due dei brand del portfolio della società insieme a **Pizzikotto**, **Shi's** e **America Graffiti**) già nel 2016 aveva adottato **Satispay** per i pagamenti in cassa gestiti da *TCPOS* del *Gruppo Zucchetti*, con l'obiettivo di permettere agli esercenti di abbattere i costi di accettazione dei pagamenti elettronici, aumentando la penetrazione di sistemi di pagamenti cashless.

C'è da attendersi che a poco a poco tutto il mercato della ristorazione, specie quella organizzata, si adeguerà a un trend che si sta facendo strada, in linea con le nuove abitudini di consumo in tutti i settori del commercio che vedono protagonisti i dispositivi mobili.

La parola ad Ingenico

Ingenico è stato precursore della filosofia "Pay@Table" in virtù della quale ogni pagamento con carta può essere effettuato direttamente al tavolo impiegando un terminale pos portatile.
La tecnologia privilegiata per questo tipo di soluzioni è il Bluetooth che garantisce elevata velocità e sicurezza nella trasmissione dei dati delle carte e delle transazioni: il link radio Bluetooth, che è "a corto raggio" (50-70 metri al massimo), consente al terminale di parlare con la propria "base radio" la quale, a sua volta, si connette al centro autorizzativo bancario per completare la transazione attraverso la rete internet ad alta velocità. Il tutto in pochi secondi.
"Questa soluzione è ampiamente diffusa presso moltissimi esercizi della ristorazione: bar, ristoranti, caffetterie, ma anche presso i distributori di benzina per i pagamento sul piazzale oppure nei negozi dove si vuole privilegiare la mobilità del cliente e del commesso all'interno del locale", ci dice **Claudio Carli**, marketing manager di Ingenico Italia. *"Per un ristorante, il vantaggio di questa soluzione è essenzialmente tutto rivolto al cliente che non deve più alzarsi e recarsi alla cassa centrale per saldare il conto. Pagare al tavolo comporta anche un altro importante beneficio: il cliente non si vede più costretto a consegnare la propria carta al cameriere o, se anche gliela affida per un attimo, non ne perde mai il controllo visivo, con la garanzia che la carta non venga copiata o sostituita e che l'operazione si svolga nelle modalità corrette"*.
Il mercato italiano della ristorazione conta oltre 180.000 bar e 120.000 ristoranti (Fonte MISE – Osservatorio Nazionale del Commercio).
Le Banche Acquirer, a cui Ingenico vende i propri terminali portatili, installano ogni anno circa 20-30.000 unità in questo settore: trattandosi di un fenomeno che ormai si prolunga da alcuni anni, questo significa che un gran numero di esercizi nel nostro Paese è già dotato di questa possibilità. *"La diffusione di tale soluzione incontrava però un piccolo ostacolo: la fattura o lo scontrino fiscale, la cui obbligatorietà costringeva comunque il cameriere a fare un passaggio presso la cassa del ristorante, prima di andare al tavolo del cliente per accettare il pagamento"*, riprende il manager.

CLAUDIO CARLI, marketing manager

"È evidente come una soluzione portatile che potesse accettare il pagamento con un collegamento online alla banca e, nello stesso tempo, calcolare il conto ed emettere lo scontrino fiscale direttamente al tavolo, avrebbe consentito di velocizzare ulteriormente le attività del personale di sala, soddisfacendo al massimo il cliente e costituendo un eventuale elemento di differenziazione per il locale".
Ebbene, questa soluzione è già stata prevista da Ingenico: si tratta del nuovo iWE280, un terminale portatile "all-in-one" che racchiude in sé le funzioni di più dispositivi: registratore di cassa con memoria fiscale e pos bancario. Certificato dall'*Agenzia delle Entrate* come misuratore fiscale e dal *Consorzio Bancomat* per i pagamenti elettronici, il dispositivo possiede tutta la tecnologia e la sicurezza per gestire le diverse funzionalità secondo le regole in vigore.
L'ECR-POS Ingenico è connesso al sistema palmare in uso dai camerieri dei locali in cui è implementato, che gestiscono le ordinazioni al tavolo. L'importo totale del conto viene comunicato al terminale Ingenico e il cliente può scegliere di pagare nel metodo che ritiene più comodo, essendo il dispositivo in grado di accettare, in modo sicuro, tutti gli strumenti cashless disponibili sul mercato: carte di credito, di debito, contactless, telefoni Nfc, wallet.
"La soluzione è stata distribuita in decine di unità in Italia, principalmente presso la catena di ristoranti Old Wild West di Cigierre e ci auguriamo che, in futuro, possa trovare ulteriori applicazioni presso altri esercizi altrettanto innovativi", chiosa Carli.

Un mercato **che sboccia**

Con una crescita del 3,6% registrata nel 2017, il foodservice olandese è in pieno sviluppo, sia in termini di numero di clienti che di risultati economici

MLA

Il mercato del foodservice olandese è in pieno fermento, sia se lo si consideri sotto il profilo del numero di clienti che dei ricavi dei principali operatori al suo interno.
Sono le catene di ristorazione a fare la parte del leone: i 500 principali player del settore hanno infatti messo a segno una performance positiva del 4,5% secondo il *Dutch FoodService Institute* (FSIN), percentuale che si attesta sul più 3,6% considerando l'intero mercato.
È quanto emerge dal report pubblicato di recente da *Foodservice Europe & Middle Est* dedicato al fuori casa nel Paese dei tulipani.
È la propensione dei consumatori olandesi a spendere in cibo e bevande somme maggiori rispetto a 10 anni fa il principale motore di questa evoluzione, caratterizzata da 5 trend. Intanto la crescita delle vendite online. La familiarità con gli strumenti digitali, smartphone in testa, ha modificato le abitudini di spesa anche a tavola, con l'aumento delle ordinazioni via web sia di prodotti grocery, da siti specializzati e supermercati, che di piatti caldi dai ristoranti. A riguardo basti dire che la piattaforma per l'asporto **Thakeaway.com** (thuisbezorgd.nl) ha visto crescere del 31,5% il suo giro d'affari, arrivando a un fatturato totale di 552 milioni di euro nel 2017, che le è valsa la seconda piazza della classifica (di cui riportiamo le prime 15 posizioni a pagina 60). In secondo luogo, sia i concetti f&b che i negozi "convenience" stanno prendendo piede tra gli abitanti dei Paesi Bassi, che secondo gli analisti stanno attraversando una fase di singolare quanto generale percezione di carenza di tempo, tendenza in virtù della quale catene come **AH to go** e **Spar City** crescono a doppia cifra, rispettivamente del 15,9 e del 45%!
Allo stesso modo, assecondando questa tendenza, **McDonald's Netherland** ha introdotto e puntato molto su delivery e colazioni. Risultato: un exploit del 10,9% nel 2017, percentuale davvero impressionante per una catena con i numeri di Big Mac, che non è

certo un new comer nel mercato. Maggiore freschezza dei prodotti e attenzione alla customer experience sono il terzo elemento che contraddistingue l'evoluzione del segmento food&beverage del regno di re Guglielmo Alessandro.
Tra i brand considerati capaci di coniugare questi due aspetti, troviamo la catena alimentare **La Place**, che con ricavi pari a 113 milioni di euro, che ha superato il trauma del fallimento della casa madre **V & D**, di cui sono sopravvissuti solo i ristoranti fuori dai negozi chiusi. Dopo l'acquisizione da parte della catena di supermercati **Jumbo**, La Place ha ripreso slancio e ora performa molto bene soprattutto nei centri città e lungo le autostrade, con il motto "Fast food fresh". Il quarto elemento di cui prendere nota è il cibo on the go. Il segmento beneficia della ripresa economica e della disponibilità dei consumatori a spendere cifre sempre più elevate per il "cibo in movimento".
Benché le stazioni di servizio con personale stiano diminuendo,

Olanda: Top 15 operatori 2017

R	Categoria	Brand	Vendite in € m	PDV
1	Convenience	McDonald's	861.012	245
2	Convenience	Thuisbezorgd.nl	552.300	7,433
3	Convenience	Shell Tankstations	412.700	426
4	Convenience	NS Stations Retail	360.000	350
5	Horeca	Van der Valk	356.000	72
6	Convenience	HEMA	326.000	535
7	Catering	Albron	282.000	900
8	Catering	Compass Group Nederland	220.000	750
9	Convenience	HMSHost Nederland	214.000	114
10	Catering	Vermaat Groep	207.000	300
11	Convenience	BP Tankstations (Wild Bean Cafè)	191.200	253
12	Catering	Sodexo Nederland	190.000	700
13	Convenience	Domino's	176.000	245
14	Catering	KLM Catering Services Schiphol	170.000	-
15	Convenience	Esso	159.600	232

FONTE: FoodService Institute Netherlands: FSIN Food500 2018

quelle che hanno anche uno store accanto all'area carburante si stanno concentrando sulla vendita di cibo. Si sperimentano quindi molte formule lungo le principali arterie di comunicazione del Paese, e diversi player entrano e si consolidano nel mercato. Con riferimento ai principali hub di traffico del Paese, in posizione dominante troviamo **HMS Host Netherland** (**Gruppo Autogrill**) che, con 114 location attive, nel complesso ha fatturato 214 milioni di euro nel 2017.

I canali

Il settore del foodservice olandese può essere diviso in tre canali principali: horeca, ristorazione e "convenience". Ciascuno di essi sta affrontando le proprie sfide e cogliendo le proprie opportunità, in un contesto dove sono in molti ad aumentare ricavi e vendite. Nel segmento dell'horeca, è il gruppo **Van der Valk** a fare da battipista, con un fatturato stimato per il f&b di circa 356 milioni di euro. In generale qui si assiste a una evoluzione in direzione della concentrazione e della convenienza, con i player che puntano su un solo brand piuttosto che su una diversificazione dei marchi. Una scelta che risponde tra l'altro alla volontà di assecondare i comportamenti dei consumatori con maggior prospettive di consumo (non foss'altro anagrafiche!), vale a dire i millenial: sono loro che mangiano fuori casa più frequentemente, senza vincoli di orario predeterminati, benché poi spendano meno rispetto ai consumatori più maturi. Di fatto, è anche proprio per andare incontro alle loro ridotte possibilità di spesa che gli attori del foodservice puntano su prodotti ed esperienze di consumo alla loro portata, creando concetti culinari ad hoc.
Sono le catene alberghiere con i loro ricavi riferibili al food a contendersi questo business: si va da **Van der Valk** a **NH Hotel Group**, per arrivare ad **Hilton**. Passando ad analizzare la ristorazione vera e propria, considerando sia la collettiva che la commerciale, vediamo che il primo operatore, **Albron**, si trova al 7° posto della Top 500 olandese, con vendite pari a 282 milioni di euro. Si tratta di un'area che ha molto risentito della grande crisi a partire dal 2007: basti pensare al "tradimento" di molti lavoratori che in quegli anni hanno spostato i loro pranzi dai tavoli di mense e locali di vario tipo agli scaffali dei supermercati, dove acquistare spuntini, snack e piatti pronti a poco prezzo. Superato il peggio, era difficile convincere i vecchi clienti a tornare sui loro passi.
Di qui la nascita di nuovi format, come la **Greenhouse** di Albron aperta ad Utrecht, un concetto horeca basato interamente sui principi dell'economia circolare. Anche **Vermaat** ha fatto qualcosa di simile in collaborazione con la banca olandese *ABN Amro* ad Amsterdam.
Quello del convenience foodservice è senza dubbio il segmento più forte nel fuoricasa olandese, con McDonald's a farla da protagonista con la prima piazza e 861 milioni di euro di ricavi nel 2017, totalizzati in 245 ristoranti. Sul secondo gradino del podio come visto c'è la piattaforma di delivery Thuisbezorgd, che aggrega le consegne di oltre 7.000 punti vendita indipendenti appartenenti a decine di operatori, che siano essi sviluppati in catena più o meno estese o proprietari di singoli locali.
Anche HMSHost ha visto lievitare a doppia cifra, per la precisione del 21%, le proprie vendite olandesi, raggiungendo la 9a piazza della classifica mentre in 13esima posizione troviamo la pizza di **Domino's**, altro soggetto forte della consegna dei suoi prodotti.
Un'altra tendenza interessante è l'approdo nei Paesi Bassi di alcuni concetti Usa: **Five Guys**, **Dunkin' Donuts**, **Papa John's** e **Taco Bell**. Sono tutti format relativamente nuovi che stanno cercando di sfruttare la propensione degli olandesi per i brand consolidati e visibili, a spese di quelli dell'horeca.
Anche qui, così come un po' in tutta Europa, i colossi del retail e della gdo stanno creando o puntando, integrandoli nei loro store, su format di ristorazione già esistenti (tra cui AH to go, **Coop Vandaag**, **Jumbo City**, **Spar University** e Spar City). Mirano per questa via a compensare il calo delle vendite in store ascrivibili al loro core business, così come alla stessa finalità risponde l'offerta crescente e sempre più varia di piatti pronti da consumare anche in loco in appositi corner. È, come già detto, il caso della catena di supermercati Jumbo, che ha acquisito il format di ristorazione La Place integrandone alcuni elementi nei propri magazzini. All'interno dei quali, allo stesso tempo, ha aperto anche dei **Jumbo Foodcafés**, un vero e proprio discount dining concept, tipologia di offerta food che sta andando per la maggiore nel Paese dei tulipani.

Etichetta energetica
e tutela degli utilizzatori

Efcem Italia è in prima linea sul versante dell'efficienza energetica e promuove una serie di interventi a tutela dei consumatori più attenti ed esigenti

Produrre armadi frigoriferi con alti livelli di prestazione energetica (classe A o superiori) impone uno sforzo progettuale ed industriale certamente non modesto. Presuppone inoltre una rapida assimilazione delle metodologie di prova e l'utilizzo di laboratori altamente qualificati.
Si ritiene pertanto probabile che in questa prima fase, analogamente a quanto accaduto in altri comparti industriali, possa sussistere il rischio che vengano immesse sul mercato attrezzature non congruenti.
Efcem Italia, ha deciso di farsi promotrice di una serie di interventi a livello nazionale ed internazionale a tutela dei consumatori e delle aziende produttrici che hanno con maggior sensibilità e determinazione affrontato il tema dei consumi energetici:
- Ha sviluppato un vademecum per la verifica della correttezza e completezza delle informazioni fornite sull'argomento da parte dei distributori. Le Camere di commercio sono impegnate in un costante monitoraggio, e nell'erogazione delle sanzioni per gli inadempienti, che sta portando frutti estremamente positivi sul piano della sensibilizzazione e dell'informazione.
- A livello europeo ha promosso e supportato un progetto di controllo ora gestito direttamente dagli organi competenti della Comunità europea per il controllo a livello internazionale della correttezza delle informazioni fornite dai produttori e dai distributori che consentirà tra il corrente ed il prossimo anno di effettuare un controllo estremamente diffuso e capillare dei prodotti offerti al mercato con effetti sanzionatori in presenza di irregolarità.
- A livello interno sta pianificando la sottoscrizione da parte delle Aziende associate a Efcem Italia di un protocollo interno di controllo bilaterale ad ulteriore garanzia della correttezza delle informazioni contenute nella Etichetta energetica.
- Questo protocollo sarà operativo sino dagli inizi del prossimo anno.

- ETICHETTA ENERGETICA: MOLTO DI PIÙ DI SEMPLICI STRISCE DI COLORE

Riteniamo infine fare cosa utile riportando di seguito una dettagliata illustrazione della etichetta energetica che non contiene solo le informazioni sulla classe energetica del prodotto ma anche tutta una serie di ulteriori dati estremamente utili nella fase di valutazione d'acquisto.
Innanzitutto ricordiamo che la Comunità

Europea ha concepito l'etichettatura energetica come uno strumento dinamico che impone ai produttori la costante ricerca di miglioramento delle prestazioni.

Pertanto l'etichetta che è stata proposta nel 2016 e che prevede come classe più elevata il livello **A**, verrà presto superata da una nuova etichetta che già prevede la possibilità di raggiungere il livello **A+++**. Di seguito sono riportate le due varianti, già oggi presenti sul mercato.

1. L'informazione relativa alla classe energetica **-1-**, lo ricordiamo, è fondamentale perché ci fornisce una immediata indicazione dei livelli di consumo e quindi dei costi di esercizio.

2. Un ulteriore livello di informazione è contenuto nel riquadro **-2-** che ci indica il consumo annuo espresso in kWh dell'armadio. Questo dato consente un confronto immediato tra le diverse attrezzature offerte ed un agevole conteggio dei costi di esercizio 3.-4. Ovviamente non tutti i frigoriferi hanno la stessa capacità utile interna di stoccaggio.

Anche in questo caso l'etichetta ci supporta fornendoci le indicazioni relative al volume interno netto della parte refrigerata (**3**) e della parte freezer (**4**).

5. La lettura dell'etichetta ci fornisce infine una ulteriore preziosa informazione: quella della temperatura ambiente massima di utilizzo del refrigeratore. Sono previsti dalla normativa tre livelli:

- Classe 3 per funzionamento ad una temperatura massima di 25 gradi centigradi classificato come "light duty cabinet" ovvero armadi leggeri
- Classe 4 per funzionamento ad una temperatura massima di 32 gradi centigradi classificato come standard cabinet ovvero armadi standard
- Classe 5 per funzionamento sino a 43 gradi centigradi classificati come heavy duty cabinet ovvero armadi pesanti.

È evidente che anche questa debba essere considerata un'informazione fondamentale nella selezione e scelta consapevole dell'armadio più idoneo considerando che, soprattutto nei nostri climi, la temperatura negli ambienti cucina risulta spesso piuttosto elevata per cui è certamente opportuno, fatte salve le doverose considerazioni economiche, puntare su armadi di classe elevata.

EFCEM ITALIA POLO DEL PROFESSIONALE

Efcem Italia è l'Associazione che, in seno a APPLiA Italia - Associazione Produttori Elettrodomestici - riunisce le imprese del settore professionale e rappresenta l'Italia nell'ambito di Efcem - European federation of catering Equipment Manufacturers - il comparto industriale delle apparecchiature professionali per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 4 miliardi di euro l'anno e una capacità d'esportazione che supera l'70%.

RISTORAZIONE
2018
Speciale convegno
Registrazione
Gala dinner

Spazio al confronto

Tavoli autorevoli, platee competenti, tanti argomenti e voglia di confrontarsi. La decima edizione della mostra convegno di Ristorando ha riconfermato la bontà della propria formula

di Massimo L. Andreis
Foto di Alberto Anferloni

Dopo aver aperto i lavori ricordando il ruolo svolto dalla mostra-convegno giunta alla sua decima edizione nel testimoniare la formidabile evoluzione che la ristorazione organizzata ha conosciuto in questi anni in Italia, il presidente di **Edifis** e direttore di **Ristorando**, **Antonio Savoia**, ha dato la parola ai principali rappresentanti delle associazioni partner dell'evento: i presidenti **Lino Enrico Stoppani** di *Fipe*, **Carlo Scarsciotti** di *Angem* ed **Enzo Andreis** di *AIGRIM*. Tutti hanno sottolineato, tra gli altri argomenti, l'importante ruolo svolto dalle rispettive organizzazioni in occasione della firma del nuovo contratto collettivo nazionale di lavoro del settore.
Ha chiuso i lavori **Luciano Sbraga**, capo Ufficio Studi di Fipe, che ha esporto una interessante relazione sugli scenari evolutivi della ristorazione nel nostro Paese.

CONVEGNO APERTURA

E. Andreis

L. Stoppani

A. Savoia

C. Scarsciotti

L. Sbraga

COME PRODURREMO E COSA MANGEREMO NEL PROSSIMO FUTURO

Organizzato in collaborazione con il Consiglio *Nazionale Ordine dei Tecnologi Alimentari*, il convegno che si è svolto nella Sala Leonardo il 4 ottobre, intervallato da coffee break offerto da *Délifrance*, ha visto come chairman **Riccardo Quintili**, direttore della rivista *Il Salvagente*.

Diversi i temi emersi nel corso del dibattito: dall'agricoltura di precisione e l'impatto sulla riduzione dei mezzi di produzione all'aeroponica nella produzione degli ortaggi; dalle tecnologie per il mantenimento della qualità dei prodotti di origine vegetale all'evoluzione del settore a livello continentale, con particolare riferimento all'impiego delle nano tecnologie nel campo agroalimentare, fino ai cosiddetti "novel food". Senza trascurare l'importanza dell'innovazione, dell'internazionalizzazione e della best practice sharing.

R. Quintili S. Pironi D. Sacco A. Ferrante

P. Tonutti

A. Lerouge

M. Scampicchio

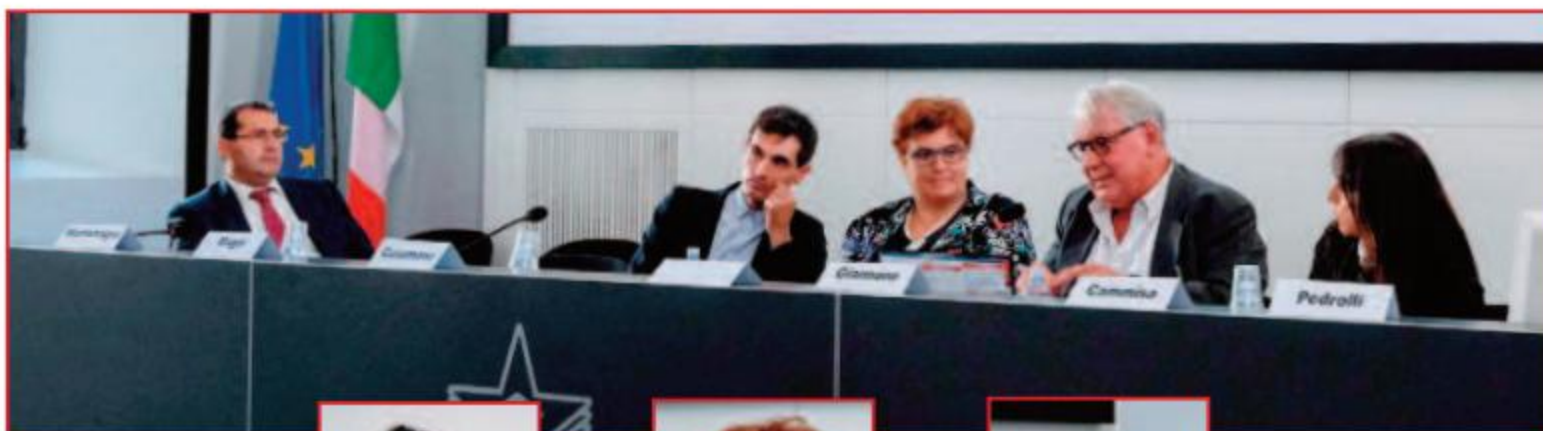
C. M. Pozzi

R. Limentani

RISTORAZIONE SOCIOSANITARIA: LE DISUGUAGLIANZE NEL PIATTO

Il tema delle diseguaglianze nel piatto ha tenuto banco nella Sala Bramante nel corso del dibattito incentrato sulla ristorazione scolastica, di cui è stato chairman **Antonio Caretto**, presidente di *ADI*, l'Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica.

Dopo aver affrontato il tema dei processi di aggregazione della domanda nel servizio di ristorazione per i degenti, ha preso la parola **Corrado Giannone**, tecnologo alimentare, storico collaboratore di Ristorando, tra le voci più autorevoli nel settore, che ha confrontato i criteri nei bandi di gara in sanità.

La discussione si è quindi spostata sulle performance ambientali del menu ospedaliero, sulla modalità di gestione dei servizi di ristorazione delle aziende sanitarie e sulle sfide e le opportunità dei bandi di gara pubblici per i servizi di ristorazione socio-sanitari.

N. Cusumano Luisella Vigna C. Giannone

L. Cammisa C. Pedrolli P. Montemagno

LA SICUREZZA MECCANICA DEGLI ALIMENTI - PREVENZIONE DA SOFFOCAMENTO

La sicurezza meccanica degli alimenti, con particolare riferimento alla prevenzione dal soffocamento.
È questo il tema posto sotto i riflettori presso la Sala Solari durante il convegno di cui è stata moderatrice **Denise Giacomini**, membro del Segretariato Generale del *Ministero della Salute*. Diversi i temi all'odg, a partire dal soffocamento da alimenti nei bambini tra epidemiologia e prevenzione, per poi passare alle procedure di sicurezza nel servizio di somministrazione nella fascia 6-36 mesi, agli standard per la sicurezza meccanica degli alimenti e ai trend di mercato.
Si è quindi discusso di come organizzare un servizio ospedaliero per la rimozione del corpo estraneo, con particolare riferimento a come nutrire il paziente disfagico e a come organizzare un percorso di adattamento dei servizi in ospedale verso le sue esigenze.

D. Giacomini *D. Gregori* *D. Cassi* *C. Flaim*

E. Calderini

S. Sukkar

G. Varoli

C. Gamba

RISTORAZIONE COLLETTIVA E INFORMAZIONE SUGLI ALIMENTI: QUALI SCENARI ALLA LUCE DELLA NUOVA DISCIPLINA NAZIONALE ED EUROPEA

Moderata da **Claudia Balzaretti**, ricercatrice presso il dipartimento *VESPA dell'Università degli Studi di Milano*, nel corso della tavola rotonda è emerso con forza l'esigenza di regole chiare in tema di HCCP, l'insieme di procedure mirate a garantire la salubrità degli alimenti, basate sulla prevenzione anziché l'analisi del prodotto finito.
Di qui l'importanza in materia di sicurezza alimentare della cosiddetta "food information" e del DL 231/2017, vale a dire la disciplina sanzionatoria per la violazione delle disposizioni del regolamento (UE) n. 1169/2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori, nonchè l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del medesimo regolamento e della direttiva 2011/91/UE.
È necessario, in definitiva che tutti gli attori facciano la loro parte: i produttori con eteichettature corrette, le società di ristorazione collettiva per incrementare i livelli di salute delle diverse utenze che servono e i ristoratori con indicazioni trasparenti nei menu.

C. Balzaretti *D. Pisanello* *E. Guberti* *G. Giustino*

S. Velotto

L. Bonizzi

A. Carparelli

IL PUNTO SUL CODICE APPALTI

Il nuovo "Codice degli appalti", che in materia di opere pubbliche ha sostituito il cosiddetto "Codice dei contratti pubblici" del 2006 per effetto dell'entrata in vigore del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, è stato al centro dell'attenzione del dibattito coordinato da **Roberto Giannone**, Responsabile Progetti Speciali di *UL Italia*.

Tra gli argomenti all'ordine del giorno passati in rassegna dai relatori del convegno, vanno certamente segnalati: la definizione dei nuovi CAM per la ristorazione collettiva; i criteri di formazione e i costi delle commissioni di gara secondo le linee guida ANAC; il punto della giurisprudenza sulla valutazione delle basi d'asta e sui criteri di attribuzione dei punteggi e, non da ultimo, la capacità di determinare proprio una basa d'asta congrua e remunerativa, anche alla luce delle novità concernenti l'impiego di derrate bio e del "made green in Italy", che riguarda quei prodotti che presentano prestazioni ambientali pari o superiori ai benchmark di riferimento, valutate secondo il Product Environmental Footprint, che determina l'impronta ambientale di un prodotto.

R. Giannone

R. Rifici

M. Romano

D. Moscuzza

S. Piscitelli

Cena di gala

Gianmario Tondato da Ruos AD di Autogrill (a sinistra) intrattiene Sergio Castelli AD di Areas e Enzo Andreis Presidente AIGRIM.

A sinistra, Carlo Scarsciotti Presidente Angem Portavoce ORICON e Antonio Giovanetti Presidente CAMST.

Chiara Nasi Presidente CIRFOOD brinda idealmente con noi agli ottimi risultati ottenuti dal gruppo emiliano nel 2017.

Un divertito Vincenzo Cremonini AD del Gruppo Cremonini.

Stefano Biaggi CEO di Sodexo Italia SpA.

Rosario Amrbosino AD del Gruppo Elior si intrattiene con Chiara Nasi Presidente CIRFOOD.

OGM: PROSPETTIVA ALIMENTARE DEL FUTURO?

OGM, sì, no forse: pareri a confronto nella Sala Solari del Palazzo delle Stelline, durante la tavola rotonda dedicata agli organismi geneticamente modificati e alle prospettive alimentari del futuro. Organizzato in collaborazione con *ODAF*, l'Ordine dei Dottori Agronomi e dei Dottori Forestali, e coordinato da **Andrea Di Stefano**, direttore della rivista *Valori*, nel corso del dibattito hanno preso la parola **Carla Brienza**, presidente dell'Ordine Nazionale dei Tecnologi Alimentari; **Salvatore Ciappellano**, docente di Alimentazione e Nutrizione umana presso l'*Università degli Studi di Milano*; **Giuseppe Cornacchia**, responsabile Territorio Ambiente della *Confederazione Italiana Agricoltori*; **Dario Dongo**, avvocato di *GIFT* e *FARE*; **Piero Morandini**, ricercatore dell'*Università degli Studi di Milano* e **Giuseppe Croce**, presidente dell'*Ordine dei dottori agronomi e dottori forestali.*

A. Di Stefano

C. Brienza

S. Ciappellano

G. Cornacchia

D. Dongo

P. Morandini

G. Croce

CENTRI COMMERCIALI: CONTINUA IL BOOM DELLE ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE

1° parte

I luoghi del commercio prendono forma nelle realizzazioni delle più importanti società di architettura del settore retail real estate mondiale: *Design International*, rappresentata dal Ceo **Davide Padoa**, *Chapman Taylor*, dall'associate director **Chiara Domenici**, e *Zaha Hadid*, dal senior associate **Paolo Matteuzzi**. Introdotti da **Roberto Bramati**, presidente di *Spazio Futuro Group*, e preceduti da **Renato Cavalli**, vicepresidente *CNCC* - protagonista di un appello a schierarsi contro le chiusure domenicali – i tre manager hanno raccontato progetti icone dell'architettura e dell'ingegneria contemporanea. Tra questi, nelle parole di **Jose Maria Robles**, general manager *Sierra Italy*, **Pietro Malaspina**, senior advisor di *Aedes Siiq*, e **Francesco Ioppi**, direttore immobiliare *Gruppo Finiper*, spiccano gli sviluppi di *CityLife Shopping District* a Milano, *Caselle Open Mall* a Torino de *Il Centro* ad Arese (MI).

R. Bramati

D. Padoa

C. Domenici

P. Matteuzzi

G. Bussi

D. Arduini

J. M. Robles

P. Malaspina

F. Ioppi

R. Folgori

RISTORAZIONE SCOLASTICA: SITUAZIONE ATTUALE E SCENARI FUTURI

1° parte

Nel corso del dibattito, coordinato dal giornalista **Saverio Paffumi**, direttore editoriale *Freemedia - SC*, sono state presentate le relazioni di **Carlo Scarsciotti**, dal titolo "I dati della ricerca Oricon sulla ristorazione scolastica", e quella di **Silvia Taviani**, che segnala il problema della crescente povertà rivelata anche a scuola: "(Non) tutti a mensa - Presentazione del rapporto di Save The Children".
Si è quindi discusso su come coniugare qualità e sostenibilità nella ristorazione destinata alle scuole e del gradimento del cibo, aspetto legato necessariamente anche all'educazione alimentare nonché alla possibilità di usufruire del diritto al pasto, che spesso, specie al sud, non è garantito.
Senza dimenticare che, se da un lato la ristorazione scolastica presenta delle innegabili criticità, dall'altro è anche un luogo di eccellenza, grazie anche al coinvolgimento attivo dei cittadini, genitori in primis.

S. Paffumi — C. Scarsciotti — S. Taviani — F. Garrubba

M. Vetrò

A. Bizzarri

CONSUMI E NUOVE TENDENZE

Tracciare un quadro dei consumi e delle nuove tendenze in una società liquida non è semplice. Ci hanno provato i relatori della conferenza moderata da **Andrea Aiello**, direttore di *retail&food*. A indicare la via del dibattito, ci ha pensato **Bruna Boroni**, consulente di *TradeLab*: "In Italia il peso della ristorazione commerciale e collettiva nei cosiddetti consumi away from home è solo del 15%". Un dato che indica che c'è ampio margine per crescere. Per farlo la ricetta è semplice: innovare. Come hanno fatto **Areas**, **Cirfood** e **Burger King**, le cui storie di successo hanno poi lasciato posto agli avvertimenti di **Mario Resca**, presidente di *Confimprese*: "Lo spettro delle chiusure domenicali potrebbe bloccare gli investimenti in Italia, provocando una perdita di posti di lavoro e la svalutazione di un servizio che ormai fa parte delle abitudini dei consumatori".

A. Aiello — B. Boroni — M. Figura

M. Resca

M. Beretta

V. Saverino

A. Valota

L'APPROCCIO FOOD DEFENSE NELLA FILIERA DELLA RISTORAZIONE PUBBLICA

Organizzata in collaborazione con *FCSI Italia* e *OTA Lombardia e Liguria*, nel corso della tavola rotonda, **Massimo Artorige Giubilesi**, tecnologo alimentare e presidente FCSI Italia, che moderava i lavori, ha parlato della condivisione dei capisaldi della sicurezza degli alimenti tra cliente e fornitore.

Ha quindi approfondito il tema delle basi della pratica volta a identificare e prevenire le possibili fonti di contaminazione intenzionale dei cibi **Marco Gerevini**, senior project manager at *Tecnoalimenti S.C.p.A.*, mentre dello standard di gestione della food defense si è occupata **Simona Contardi**, technical sales account and lead auditor food safety presso *Kiwa Cermet*. Infine, **Carlo Spezzani**, dirigente del *Ministero della Salute*, vice direttore *UVAC* e *PIF Veneto, Friuli VG, Trentino AA*, ha spiegato quale è il ruolo degli uffici periferici del ministero nei controlli veterinari sui prodotti di origine animale e sugli animali vivi provenienti dalla UE e da Paesi terzi.

M. A. Giubilesi

M. Gerevini

S. Contardi

C. Spezzani

RISTORAZIONE SCOLASTICA: SITUAZIONE ATTUALE E SCENARI FUTURI

2° parte

Saverio Paffumi ha introdotto il tema del gradimento dei piatti da parte dei bambini, sulla base di indagini condotte con l'*Istituto Doxa* e con l'*Università IULM* di Milano: ad esporre i risultati **Fabrizio De Fabritiis**, di *Milano Ristorazione*, **Massimo Sumberesi**, di Doxa, e **Vincenzo Russo**, docente dell'ateneo. Dell'importanza dell'educazione alimentare si è occupata invece **Elisabetta Ciserchia** di *Sodexo Italia* mentre sulla gestione delle diete si è concentrata la disamina di **Monica Maj**, nutrizionista di *UL Italia*. Ha presentato la piattaforma multisensoriale di educazione al valore del cibo **Daniela Fabbi**, communication manager di *CIRFOOD*. Subito dopo **Monica Villa** ha presentato una ricerca realizzata dalla *Fondazione Cariplo* sulla povertà alimentare. Ha chiuso i lavori la testimonianza di **Maddalena Ferraioli**, insegnante del *Comune di Corsico*.

S. Paffumi

F. De Fabritiis

M. Sumberesi

M. Zito

M. Maj

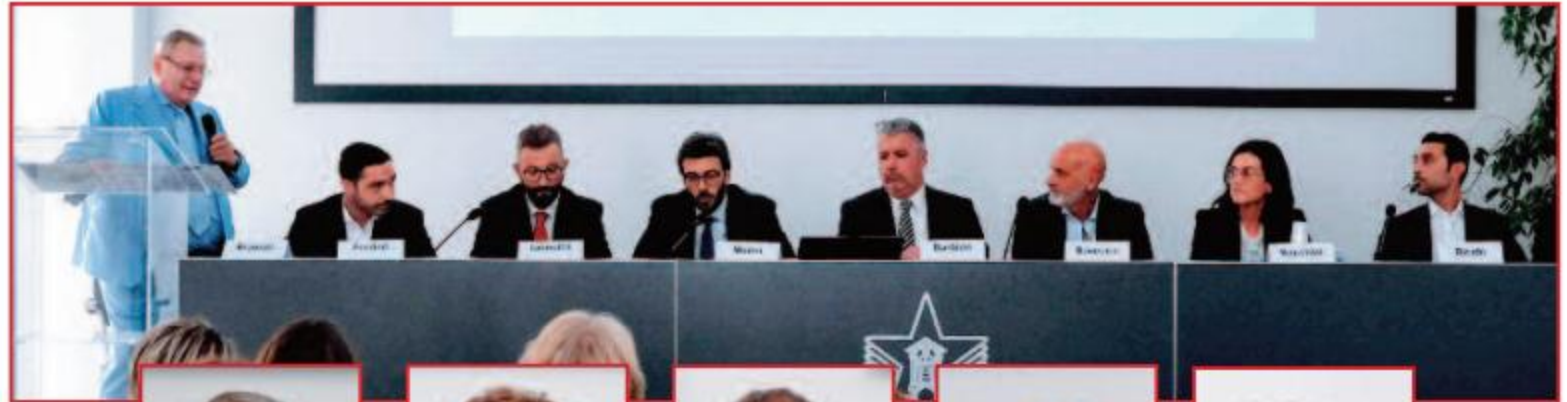
D. Fabbi

S. Croci

M. Ferraioli

2° parte

CENTRI COMMERCIALI: CONTINUA IL BOOM DELLE ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE

Food hall, invece di food court. Ma non è solo un lifting di marketing: il settore della ristorazione si evolve e con esso gli spazi che lo ospitano. Tra le insegne, dove spicca la capacità di *Costa Group* nel disegnare nuovi concept, tanti campioni del food made in Italy: **Gabriele Morisi**, head of business development *Chef Express* e **Alfonso Iannotta,** direttore marketing *Roadhouse*, hanno illustrato due "perle" di *Cremonini*. Sul caffè e sui prodotti da forno si è distinto **Alessandro Ravecca**, presidente di *Cibiamogroup* e di *Federfranchising*. **Vincenzo Ferrieri**, ceo di *Gesa Srl*, per il mondo del cioccolato con *CioccolatItaliani*. Della cucina emiliano-romagnola è stata ambasciatrice **Elena Bacchini**, di *Ca'Pelletti Retail*; così come del pollo **Mirko Ricchi**, ad di *Pollo&Friends*. In periodo di Oktoberfest non poteva mancare *Lowengrube*, rappresentata da **Massimo Barbieri**.

R. Bramati G. Morisi A. Iannotta A. Ravecca V. Ferrieri

E. Bacchini

M. Ricchi

M. Barbieri

A. Fabbri

M. Ferroni

INNOVAZIONE, SICUREZZA ED ENERGIA: LE ATTREZZATURE DELLA CUCINA PROFESSIONALE TRA PRESENTE E FUTURO

L'incontro organizzato in collaborazione con *Efcem Italia* ha fatto il punto sull'evoluzione e le attese di produzione concernenti le attrezzature per la cucina professionale, tema analizzato dal punto di vista degli utenti e di chi usufruisce del prodotto, lo produce, lo assiste, nonchè di chi progetta gli impianti ed è chiamato a effettuare i controlli. A conclusione della tavola rotonda, è emersa la necessità di implementare una sinergia tra tutti i componenti della filiera, per condividere un progetto comune che incontri sia la domanda che l'offerta. Efcem Italia, attraverso il "Network del Professionale", che coinvolge le associazioni presenti al tavolo e non solo, mira a sviluppare progetti d'interesse comune, migliorando il dialogo tra i diversi stakehoder del comparto professionale al fine di rispondere alle esigenze degli operatori in modo pragmatico e puntuale.

F. Acampora S. Re C. Lovisatti E. Porro

A. Montanari

M. Masini

M. G. Di Noia

COMUNICARE LA QUALITÀ DEI PRODOTTI DI QUALITÀ

Realizzato in partnership con *OTA Lombardia e Liguria*, il dibattito dedicato alla comunicazione ottimale dei prodotti di qualità si è svolto nel pomeriggio del 5 ottobre nella Sala S. Carlo. Moderato dal chairman **Alberto P. Schieppati**, direttore della rivista *BARtù*, i relatori hanno posto l'attenzione su diversi argomenti: dalla valorizzazione di prodotti a marchio tutelato all'importanza delle materie prime per avere piatti di qualità – come dimostra la campagna che ha portato l'arte dei pizzaioli napoletani ad essere accolta tra i beni patrimonio dell'*Unesco*; dalla indispensabile formazione culturale e professionale dei manager che ad ogni livello operano nella ristorazione alla necessità di educare al gusto gli stessi consumatori, per finire con la realizzazione di un prodotto "buono, pulito e giusto", perché, per poter considerare un alimento davvero di qualità, non si può prescindere da un giusto trattamento dei lavoratori che ad ogni livello concorrono alla sua produzione.

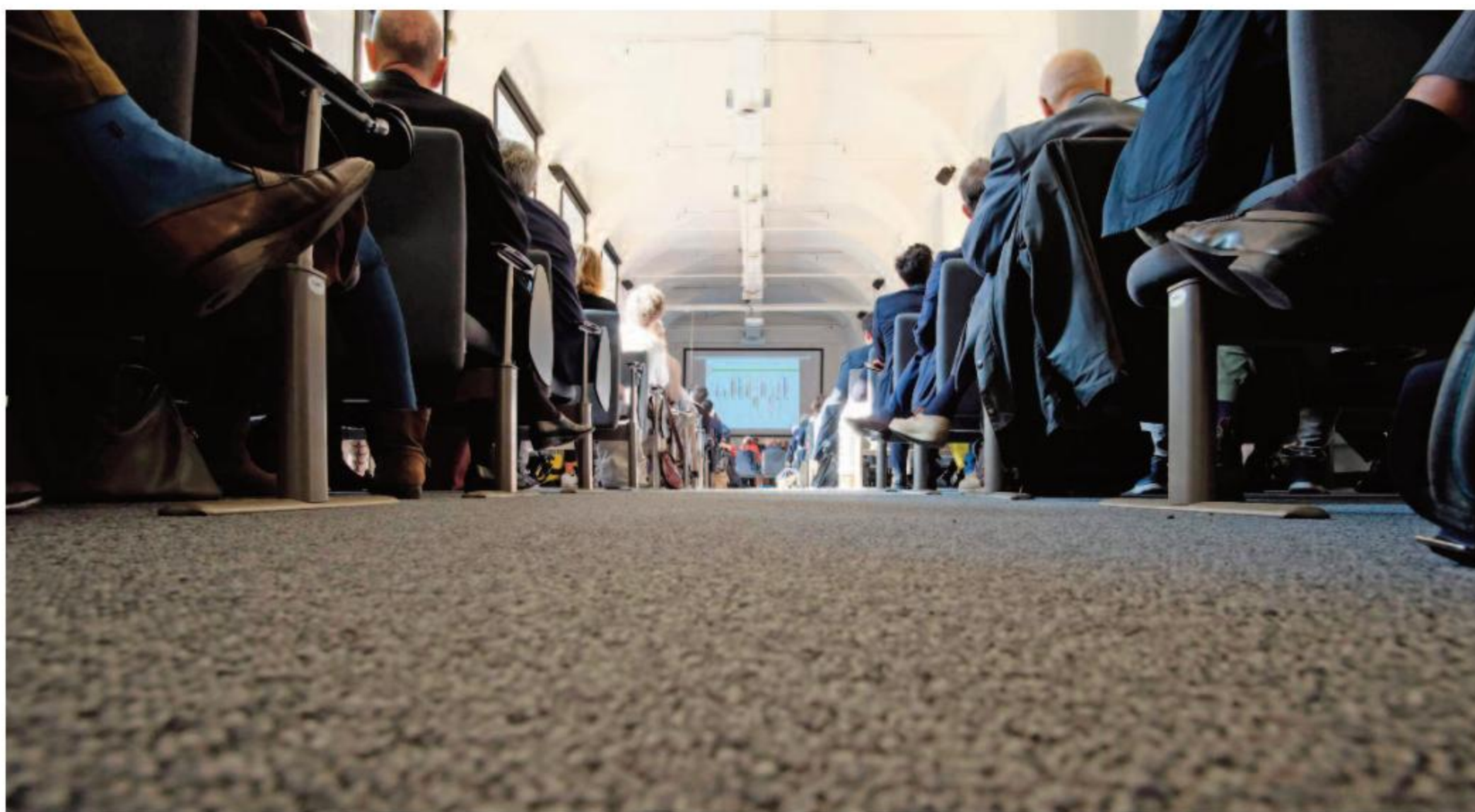
A. Schieppati

S. Barbero

M. Rosati

A. Schiatti

A. Fadda

F. Manna

Gli stand degli sponsor

ANGELO PO

Angelo Po, azienda con oltre 95 anni di storia, è leader nella progettazione e produzione di impianti chiavi in mano efficaci e di elevata qualità.
Con circa il 65% del suo fatturato all'estero e filiali in Cina, Spagna e Francia e Stati Uniti, l'azienda fornisce non solo attrezzature top level per i ristoranti ma anche sistemi integrati chiavi in mano per ristorazione collettiva, consulenti e grandi catene alberghiere.
Un team dedicato dalla decennale esperienza analizza le esigenze e offre in tempi rapidi soluzioni anche fortemente personalizzate, economicamente efficaci ed efficienti, conformi alla struttura dell'edificio. Il layout e le attrezzature vengono concepiti per limitare gli sprechi, diminuire il rischio igienico, aumentare l'efficienza e l'ergonomia dell'impianto, garantendo così condizioni di lavoro ottimali per gli addetti e ottimizzazione nell'uso del personale e delle risorse.

Infine, Angelo Po affianca e forma gli operatori nella fase di start up dell'impianto, con l'obiettivo di conoscerlo al meglio e ottimizzarne le possibilità.

CUPIELLO

La gastronomia italiana e napoletana in tutto il mondo: **Cupiello**, il marchio foodservice della **FRESYSTEM spa**, azienda specializzata nella produzione e commercializzazione di gastronomia surgelata, racconta la storia di un equilibrio antico, dove l'amore per la tradizione sposa la tecnologia più sorprendente.
È nella Casa MadreCupiello che il lievito "mamma", con tutta la cura che merita, viene sottoposto ad un trattamento "affettuoso e premuroso" di rinfresco sino a una completa maturazione di 36 ore. È così che nasce la gamma "Madre", capace di unire gli ingredienti più antichi e naturali: farina, uova, zucchero, burro e *lievito Madre* fresco.
La certificazione ISO 14001 per l'Ambiente attesta che l'azienda ricicla il 100% dei rifiuti riciclabili e utilizza il 100% di cartoni riciclati in prossimità, mentre la SA8000 sulla Responsabilità Sociale d'Impresa e Etica riconosce l'esclusione dalle materie prime usate di Ogm e grassi idrogenati e l'impiego solo di uova da allevamento a terra e di olio di palma Massbalanc.

AXIOS INFORMATICA

Axios Informatica sviluppa software per la ristorazione collettiva e offre sistemi di gestione per mense ospedaliere, scolastiche, aziendali e centri cottura.
Professionalità, competenza e passione permettono di affiancare il cliente con software e servizi ideati e sviluppati su misura per semplificare il lavoro, ridurre gli sprechi, ottimizzare tempi e risorse, garantendo la massima automazione.
Da sempre Axios Informatica assicura massima attenzione alla tecnologia, all'innovazione e alla sicurezza dei dati al servizio degli obiettivi del cliente, con soluzioni informatiche on premises e in cloud. Mette inoltre a disposizione consulenza, sviluppo, personalizzazione, formazione, avviamento e assistenza al prodotto veloce ed efficace. Tra le altre cose, propone agli operatori della ristorazione Prandium, un software web modulare, innovativo e stabile che assicura aggiornamenti alla normativa europea, sicurezza dei dati, interfacciamenti con altri gestionali e monitoraggio dei processi.

DÉLIFRANCE ITALIA

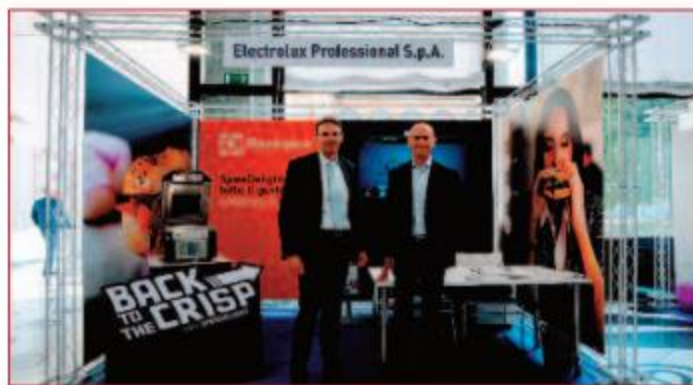
Délifrance Italia, attraverso i suoi marchi, offre agli attori della ristorazione un'ampia gamma di prodotti da forno surgelati, studiati a copertura di tutti i momenti d'acquisto e dei principali trend di consumo, garantendo così la soddisfazione di un target allargato e sempre più specializzato. Il tutto accompagnato da una qualità premium, tanto delle materie prime quanto dei processi produttivi.
Con Délifrance Italia professionalità e livello di servizio sono sempre a disposizione del cliente: il team commerciale e lo staff tecnico forniscono consulenze specifiche, proponendo soluzioni su misura volte ad una profittevole gestione del business.
Per ogni segmento di mercato, Délifrance Italia propone la migliore soluzione - prodotto e servizio - per un perfezionamento dell'offerta, con conseguente impatto sulle performance del punto vendita.
Il successo dei propri clienti è il primo obiettivo dell'azienda.

Gli stand degli sponsor

ELECTROLUX PROFESSIONAL

SpeeDelight è la rivoluzionaria soluzione di cottura progettata da **Electrolux Professional** per offrire snack e piatti gourmet in meno di un minuto. Ideale per pub, bar e per chi fa ristorazione veloce, sempre più spesso la troviamo anche all'intero di servizi catering piuttosto che di ristoranti stellati.

È un prodotto pensato per soddisfare le richieste di quella clientela che necessita di migliorare la qualità del proprio servizio, automatizzare e velocizzare il processo, risparmiare sui costi di gestione. Risultato: una soluzione che permette di garantire la perfetta temperatura del prodotto servito, grazie alla combinazione di 3 tecnologie di cottura: la piastra superiore, che adattandosi alla forma dello snack, lo scalda per contatto; gli infrarossi, che lo rendono croccante e, per finire, le microonde, che garantiscono la diffusione del calore uniformemente su tutta la superficie, anche quella interna.

Al completamento dell'operazione, il coperchio di SpeeDelight si apre automaticamente, segnalando all'operatore che lo snack è pronto per essere servito.

GAMBA BRUNO

L'offerta di **Gamba Bruno** comprende hardware, software e servizi a supporto della gestione efficiente di ristoranti e bar. L'esperienza pluriennale dell'azienda e dei suoi partner incontra le necessità del mondo della ristorazione con tecnologie flessili e sicure che ottimizzano i processi interni, migliorando concretamente l'esperienza del cliente e incentivandone la fidelizzazione. Per il mercato italiano dell'hospitality Gamba Bruno distribuisce la soluzione software, leader a livello mondiale, *Aloha* di **NCR**, azienda di cui è premier partner.

Aloha consente di gestire completamente il punto cassa, dalla presa dell'ordine del cliente alla sua lavorazione in cucina, dal pagamento in cassa alla gestione del riassortimento di magazzino. Uno dei costi più elevati nella ristorazione è la gestione e il riassortimento del cibo: ebbene, il modulo di back office fornisce i dati analitici che servono ai ristoranti per stimare le spese, determinare i prezzi di contratto e ottimizzare la comunicazione con i fornitori.

GENERAL BEVERAGE

General Beverage è un food and beverage solution provider. Produce concentrati e solubili per bevande fredde, bevande calde, alimenti omogenei e dessert e attrezzature per la loro distribuzione. L'azienda di Pontremoli è specializzata inoltre nel servizio di microfiltrazione acqua, garantisce assistenza tecnica (manutenzione ordinaria e straordinaria) per tutti i servizi proposti e realizza le proprie soluzioni mediante distributori semiautomatici specifici per svariate esigenze, concessi in comodato gratuito a fronte della fornitura di concentrati liquidi, preparati in polvere e altri prodotti. Questo consente di fornire "soluzioni" destinate a diversi settori di mercato, tra i quali ristorazione collettiva, turismo, locali commerciali e altri settori. In particolare, i servizi io sano® rappresentano uno strumento per rispondere alle fragilità alimentari e migliorare gli apporti nutrizionali per gli ospiti delle strutture sanitarie e socio-sanitarie, coniugando la qualità alimentare con l'innovazione tecnologica.

MEIKO

Dalla casa madre di Offenburg, in Germania, **Meiko** è cresciuta dinamicamente diventando un brand globale.

Ora detiene partecipazioni in 10 aziende in Germania, 6 in Europa e 7 oltreoceano, garantendo così la disponibilità delle sue soluzioni per il pulito in tutto il mondo. Che si tratti di Berlino o Monaco, Parigi o Vienna, Stati Uniti o Cina, Meiko è a portata di mano, in tutte le categorie principali: dall'aeroporto alla Formula 1, dalla nave da crociera all'ospedale, dal ristorante al centro di riabilitazione. Tra le novità presentante anche in occasione di Ristorazione 2018, la nuova linea di lavastoviglie UPster a traino garantisce massima efficienza, risultati di lavaggio impeccabili, ergonomia, maggiore flessibilità di produzione oraria in base alle esigenze di ogni cliente e il miglior clima nell'area di lavaggio, senza bisogno di una cappa dedicata!

GRUPPO ALI

BURLODGE - COMENDA - GRANDIMPIANTI - MARENO

Caratterizzato da elevati requisiti tecnici per rispondere alle specifiche esigenze dei professionisti della ristorazione collettiva, il carrello **Burlodge RTS HL** è un prodotto sviluppato per gestire in modo estremamente efficace la preparazione, il trasporto e la distribuzione dei vassoi personalizzati in legame fresco-caldo. Il sistema a termo-convezione che caratterizza questo carrello, assicura il riscaldamento e il mantenimento prolungato del cibo caldo, facendo circolare aria calda per tutto il lato forno dell'unità. A sua volta, il lato freddo utilizza un sistema di circolazione forzata dell'aria, così gli alimenti rimangono perfettamente refrigerati.
Il design dell'RTS HL è studiato per garantirne la massima funzionalità e sicurezza. Il progetto mira a semplificare le fasi di pulizia e manutenzione attraverso i più alti standard in materia di igiene alimentare. La dimensione ridotta del carrello minimizza i problemi di spazio e rende più facile la sua movimentazione. Infine, grazie alla presenza di materiali particolarmente isolanti, il carrello di Burlodge garantisce le stesse performance in termini di temperature calde/fredde con minor consumo di energia (solo 5,8 KW – versione da 24 vassoi).

Con **Comenda** il lavaggio per la ristorazione collettiva è davvero all'avanguardia. Azienda capostipite del **Gruppo Ali**, dal 1963 propone macchine per il lavaggio professionale, realizzate con i più alti standard qualitativi. Oggi Comenda commercializza oltre 200 diverse soluzioni: dalle piccole lavatazze e lavabicchieri per il bar fino ai grandi sistemi automatizzati ad alimentazione continua per ristoranti, ospedali, mense e inflight catering. La grande flessibilità operativa permette all'impresa di fornire impianti su misura, progettati secondo le esigenze individuali di spazio e operatività, senza limiti di capacità di lavoro.
Lo sviluppo di soluzioni innovative, in perfetto equilibrio tra contenimento dei costi e massima efficienza, da sempre ha un ruolo essenziale per l'azienda. Basti pensare alle lavastoviglie a nastro della serie NE3. Questi apparecchi garantiscono risultati imbattibili, grazie al rivoluzionario sistema *Multirinse®* che, tra le altre cose, riduce drasticamente l'utilizzo dell'acqua: solo 33 litri per il risciacquo di 1.000 piatti!

Grandimpianti è una società di contract & engineering di Ali Group, leader mondiale nel mercato delle attrezzature per la ristorazione professionale. Punto di riferimento in Italia per competenza e serietà, il brand è specializzato nella realizzazione di progetti per tutti i segmenti della ristorazione: dallo snack bar al grande centro di produzione, dall'albergo di lusso alla ristorazione collettiva. Senza dimenticare le pizzerie, le gelaterie e i nuovi format per la ristorazione veloce. Eccellenza e servizio a 360°: una solida esperienza sul campo, un unico interlocutore per l'intero progetto. Attiva in Italia dal 1965, l'azienda ha maturato un'esperienza unica nello sviluppo di soluzioni innovative e su misura, che soddisfano ogni esigenza della ristorazione commerciale e collettiva, coniugando efficienza, risparmio energetico e i più alti livelli di funzionalità, igiene e sicurezza.
Grazie a questo prezioso bagaglio di esperienze, qualunque sia l'ambito di intervento, Grandimpianti ha la capacità di sviluppare e gestire i progetti in tutte le fasi, da quella progettuale a quella realizzativa.

ICHEF è la nuova linea di cottura esclusivamente elettrica progettata da **Mareno** che, grazie all'innovativo pannello comandi, avvicina le due anime dello chef: la tradizione culinaria e la scienza, la passione e la precisione. ICHEF nasce con l'esigenza di controllare perfettamente la temperatura, con una precisione di ±1 °C. Il cuore di questa apparecchiatura è il *Control Cooking System*, che si avvale di un'elettronica sofisticata ma al tempo stesso facile da usare. I professionisti della ristorazione che utilizzano ICHEF confermano che il pannello permette di avere sempre, anche da posizioni defilate, il controllo ottimale del set point di lavoro impostato. Combinando insieme temperatura, tempo e quantità si riesce a organizzare un processo standardizzato di produzione per garantire la stessa qualità ad ogni servizio. Requisito indispensabile, ad esempio, nelle catene di ristorazione, dove è necessario ripetere identici processi per ottenere lo stesso risultato.

ORACLE

Titolari e gestori di attività nel settore della ristorazione, che vanno da strutture con migliaia di workstation a singoli locali, condividono la stessa esigenza: disporre di soluzioni complete ma semplici da utilizzare, in grado di risolvere i problemi legati all'ospitalità, che permettano di offrire esperienze sempre migliori ai clienti. **Oracle Hospitality** offre una gamma di soluzioni per rispondere a qualsiasi esigenza, dal point-of-sale (Pos) alla gestione della cucina, dal back office all'hardware e alla mobilità. La loro sinergia consente di raggiungere gli obiettivi più ambiti: la coerenza del marchio e la fidelizzazione dei clienti. E grazie all'acquisizione di *Micros*, Oracle Hospitality può contare su 35 anni di esperienza nella fornitura di soluzioni point-of-sale leader del settore per gli operatori della ristorazione.
Oracle Hospitality Simphony Cloud Service offre un approccio completamente nuovo all'esperienza dei clienti, riducendo al tempo stesso i costi e la complessità dell'IT. Simphony Cloud elimina la necessità di installare server in ogni struttura e la sua architettura always-on permette di continuare a svolgere l'attività anche in assenza di connessione Internet.

QSAVE - ELKEY

QSAVE Technology è un'azienda Ict che realizza soluzioni innovative in grado di trasformare denaro contante, carta di credito e buono pasto sia in un servizio sia in un vantaggio per il cliente, che si tratti di un gestore o di un consumatore finale.
"Start up" con 25 anni di esperienza alle spalle, negli ultimi anni l'azienda si è focalizzata su quattro distinte linee di business: buoni pasto, ristorazione collettiva, vending, loyalty and cashless. In particolare, nel campo dei buoni pasto, QSAVE propone in un unico Pos la dematerializzazione del sostituto di mensa cartaceo e la gestione di quello elettronico.
Parte integrante del Gruppo QSAVE è **Elkey**, azienda che opera verticalmente nel mercato del vending con un focus sui sistemi di pagamento, le famose "chiavette" per la macchina del caffè. Oggi quest'ultima produce sistemi evoluti di payment e totem che permettono di integrare tutte le soluzioni offerte dal Gruppo cui appartiene, proponendo, un unicum sul mercato, la spendibilità del buono pasto nei distributori automatici.

RATIONAL PRODUCTION

Rational Production è un'azienda attiva da 20 anni e specializzata nella produzione di sistemi per la distribuzione dei pasti. Core business dell'azienda sono infatti le attrezzature per la movimentazione del cibo, sia su vassoio personalizzato che in multiporzione.
Da sempre ricerca e innovazione sono una caratteristica distintiva di Rational Production: dall'ottimizzazione dei flussi d'aria interni all'introduzione di un telaio in alluminio scomponibile e di facile manutenzione, fino ai più evoluti sistemi di monitoraggio in tempo reale delle temperature, tutt'ora in continuo sviluppo, al fine di offrire ai propri partner e clienti le migliori soluzioni anche per le esigenze più complicate.
Questa attitudine, insieme al rinnovamento completo della gamma prodotti che ha preso il via nel 2014, ha portato a una continua crescita sia sul mercato nazionale che all'estero, di pari passo con una significativa espansione territoriale, che oltre a toccare un numero sempre maggiore di paesi, ha visto la nascita della filiale francese Rational Production France.

Gli stand degli sponsor

SDS

Il **Gruppo SDS** è specialista nelle forniture no-food nei settori horeca, ristorazione, grande distribuzione, collettività, gruppi e società di ristorazione commerciale e collettiva. L'azienda offre un'ampia gamma di soluzioni per tutte le fasi critiche nella gestione di pasti e alimenti: ricevimento e stoccaggio, produzione, veicolazione e sanificazione. I brand che distribuisce rappresentano quanto di meglio oggi il mercato può offrire.
Per soddisfare la crescente richiesta degli operatori del settore alimentare di poter tracciare dettagliatamente le spedizioni e le consegne di pasti ed alimenti, monitorando gli stessi lungo tutta la catena distributiva, SDS propone *SmartPolibox® Easy Plus*. Grazie all'apposita app e al servizio cloud è possibile avere il miglior sistema di tracciabilità al mondo. *SmartPolibox®* e *Polibox®* sono marchi registrati da SDS srl, società di distribuzione e servizi che produce tutti i tipi di Polibox®.

SYNERGIE ITALIA

Synergie Italia, nata dall'esperienza internazionale di oltre 40 anni del **Gruppo Synergie**, offre alle aziende una gamma completa di servizi per la gestione delle risorse umane. Con oltre 5.000 clienti e 13.000 lavoratori inviati in missione ogni settimana, opera per gestire al meglio il capitale più importante di un'azienda: le persone. Certificata UNI EN ISO 9001:2008, Synergie adotta un proprio Codice Etico e il Modello Organizzativo 231.
L'approccio prevede una consulenza a 360° ai clienti offrendo servizi taylor made in ambito di: Somministrazione, Selezione, Formazione, Ricollocazione, Politiche Attive e Outsourcing. Per la gestione della ricerca e selezione di figure altamente specializzate, Synergie si affida alla professionalità delle specializzazioni Health Care, IT, Premium Profile, International, Progetto Stage, Edile, Automotive&Engineering, Food&Beverage, Fashion, Sales&Marketing, Finance&Legal, Aero e Synergie68. Infine, Synergie HR Solutions, specializzata nella gestione di servizi in appalto, offre soluzioni semplici ed efficaci per Gestione buste paga, Recupero crediti, Promozioni, Eventi e Inventari.

TECHFOOD

Techfood produce innovazione per l'horeca da oltre 25 anni, concentrandosi nello sviluppo di nuove attrezzature da banco, semilavorati alimentari destinati all'uso professionale, prodotti Oem e Private Label. A Ristorazione 2018 ha portato *COMBI WAVE*, la nuova generazione dei forni turboventilati con implementazione delle microonde.
Si tratta di nuovi apparecchi in grado di cuocere, scongelare, rinvenire e temperare anche a basse temperature, grazie a una tecnologia combinata dotata di una serie di applicazioni che utilizzano un software capace di ridurre il tempo di cottura di una ricetta fino a 10 volte. Turboventilazione (impingement), irraggiamento all'infrarosso e microonde sono gli atout di questa innovativa soluzione che, per mezzo di un software ad hoc, è in grado di selezionare qualsiasi ricetta, con la possibilità di effettuare ricerche per dolce o salato, aperitivo, pesce, carne e dolci. Il forno presenta più di 150 ricette preimpostate, con la possibilità di personalizzarle o di crearne di nuove.

UNOX

Con 28 anni di ricerca e sviluppo alle spalle, al primo posto tra i produttori mondiali per numero di forni professionali venduti ogni anno agli operatori di ristorazione, pasticceria e panificazione, oggi **Unox** è presente in tutto il mondo con servizi su misura per ogni professionista.
Con i suoi *CHEFTOP* e *BAKERTOP MIND*.Maps™ *PLUS*, forni combinati dotati di tecnologia *IoT Data Driven Cooking* e di Intelligenza Artificiale *UNOX INTELLIGENT PERFORMANCE*, Unox permette di ottenere risultati di cottura identici ad ogni infornata, attraverso il monitoraggio continuo e attivo di tutti i parametri e l'attuazione automatica di interventi correttivi.
Un esempio?
La tecnologia *ADAPTIVE.Cooking* capisce la quantità di cibo effettivamente infornata e, in base ad essa, regola automaticamente il tempo e la temperatura di cottura, per un risultato finale sempre ineccepibile.

Un ringraziamento alle aziende
che hanno creduto nel nostro progetto
e hanno sostenuto la nostra manifestazione

Sponsor:

ANGELO PO
A Marmon/Berkshire Hathaway Company

Délifrance

ORACLE
Food and Beverage

LAINOX

burlodge
TOGETHER, WE WORK.

COMENDA
TO CLEAN. WITH CARE.

GRANDIMPIANTI
ENGINEERING & CONTRACTING

Conor cresce e sbarca a Roma

Il protagonista del mercato dell'ortofrutta fresca inizia una nuova avventura, con una propria filiale presso il Car di Roma: si tratta del primo passo, non definitivo, di un progetto ben più ambizioso

Continua l'espansione di **Conor** sul territorio nazionale con l'apertura di **Conor Roma** lo scorso luglio.
Questo nuovo inizio testimonia la volontà di Conor di espandersi sempre di più sul territorio italiano (e non solo), presidiando direttamente, investendo in personale e in risorse locali, realizzando infrastrutture.
Conor ha già fatto la "prova generale" nel 2016, quando, assieme alla OP Apofruit e alla OP Agriblogna, ha istituito la piattaforma distributiva **Viviromano** di 3 mila metri quadri, situata a Guidonia Montecelio, presso il Centro Agroalimentare Roma.
Viviromano è nata con l'obiettivo di sviluppare ed incrementare la presenza dei partner del progetto nel Centro-Sud Italia per soddisfare le esigenze dei clienti, soprattutto nei canali Ho.re.ca. e Gdo, ma anche le crescenti collaborazioni con il settore navale e altri canali distributivi.
Dal primo luglio 2018 Conor inizia una nuova avventura, con una propria filiale presso il Car di Roma: si tratta del primo passo, non definitivo, di un progetto ben più ambizioso.
Un disegno che prevede l'accordo tra **Conor** e **Car di Roma** per l'acquisizione di un terreno in diritto di superficie con lo scopo di realizzare una piattaforma interna al Centro.
Si stima che la piattaforma possa essere completata entro l'autunno del 2019, garantendo un potenziale di commercializzazione pari a 25.000.000 kg annui al servizio della città di Roma, del Lazio e diverse aree del Centro Italia, non ancora raggiunte dal servizio di Conor.
Una volta a regime, si ipotizza che la struttura possa occupare fino a 20 risorse nel magazzino e 6 o 7 unità per la parte commerciale.
L'apertura di questa piattaforma ha una valenza strategica e si inserisce nel piano di espansione iniziato da Conor nel 2004, con la fondazione del **Consorzio HFD**, quando, per garantire lo stesso livello qualitativo, la stessa sicurezza alimentare e la stessa freschezza a tutte le strutture del canale Ho.re.ca. delle diverse regioni italiane, fu ideata una **rete di 14 piattaforme logistiche** che fosse in grado di coprire l'intero territorio nazionale.
Conor, attraverso la rete HFD, ha realizzato collaborazioni stabili e durature con altri grossisti in **Piemonte**, **Lombardia**, **Veneto**, **Friuli Venezia Giulia**, **Umbria**, **Abruzzo** e **Puglia**.
La superficie complessiva delle piattaforme è pari a **30.000 mq** e ogni giorno distribuisce al comparto della ristorazione **3.300 q di ortofrutta fresca** convenzionale e biologica, quarta e quinta gamma.

La sede centrale di Conor è situata a **Bologna**, in Emilia Romagna, con filiali dirette a **Cesena**, **Varese** e **Roma**.
A queste attività dirette si sommano le società controllate sul territorio italiano:
CS Milano con sede in Milano all'interno del mercato ortofrutticolo in grado di erogare servizi sia alla città che all'intera Lombardia, l'azienda ha una capacità commerciale di oltre 100.000 quintali anno e rende servizi sia al canale Ho.re.ca. che al canale GDO.
CS Etruria con sede in Pontedera (Pisa) e una capacità commerciale di 90.000 quintali all'anno fornisce servizi al canale Ho.re.ca. di tutto il territorio Toscano, avvalendosi anche di altri grossisti partner che operano in altre province della Toscana.
Conor Veneto, l'ultima società controllata aperta da Conor è nata di recente dalla partnership tra Mondialfrutta, azienda trevigiana con esperienza nella distribuzione dell'ortofrutta a partire dal 1969 e Conor Srl.
Conor Veneto è una piattaforma logistico-distributiva situata all'interno dell'Interporto di Padova SPA, con ingresso diretto al **Mercato Agro Alimentare di Padova**, uno dei più importanti a livello Nazionale ed Europeo.
L'azienda, con una capacità commerciale di **80.000 quintali all'anno**, opera prevalentemente nel canale Ho.re.ca., ma sviluppa servizi anche per il canale GDO.

CONOR S.r.l.
Via delle Viti, 5 - 40127- Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax. +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it

BARtù2018

Bar | Alberghi | Ristoranti

A un anno dal successo di Follow Artù, *Edifis Eventi* promuove **BARtù 2018**: due giorni di incontri, due convegni plenari, tavole rotonde, decine di relatori, sponsor d'eccezione, le associazioni più rappresentative del settore, un prestigioso Gala Dinner… Un grande evento dedicato al tema della **PASSIONE**, valore fondamentale per ogni performance positiva e vincente, declinato attraverso le diverse tipologie di offerta del B A R ovvero **Bar**, **Alberghi**, **Ristoranti**.

B A R: l'**HoReCa** italiano di cui BARtù è l'autorevole e indiscusso portavoce.

BARtù2018
lo stato dell'arte di **Bar**, **Alberghi** e **Ristoranti**,
attraverso le testimonianze dei PROTAGONISTI del settore

HANNO GIÀ ADERITO:

IN COLLABORAZIONE CON

20 e 21 Novembre 2018

HOTEL MELIÀ - Via Masaccio, 19 - Milano

la passione

MARTEDÌ, 20 NOVEMBRE

- ✓ **BAR, ALBERGHI, RISTORANTI: DIVERSIFICARE CHE PASSIONE**
- ✓ LE MILLE FORME DEL BAR
- ✓ RISTORANTE IN ALBERGO, LA PASSIONE INDISPENSABILE
- ✓ HOTEL, QUANDO LA PASSIONE CREA DESTINAZIONE
- ✓ CONFERENZA SUL NEUROMARKETING, RICONOSCERE IL CLIENTE DALLA PASSIONE

MERCOLEDÌ, 21 NOVEMBRE

- ✓ **BAR, ALBERGHI, RISTORANTI: SERVICE, FACCIAMOLO DIVENTARE SAPIENS**
- ✓ MATERIE PRIME, PASSIONE, COSTI, FATTIBILITÀ
- ✓ MIXOLOGY: MODA, TENDENZA O DOMANDA DEL MERCATO?
- ✓ CAFFÈ, PASSIONE PER L'ESPRESSO, E POI?
- ✓ VINO, QUALE FUTURO NEI BAR, ALBERGHI, RISTORANTI

GALA DINNER E PREMI ALLA PASSIONE (su invito)

Per informazioni: bartu@edifis.it
bartumagazine.it

25-27 OTTOBRE

SALONE FRANCHISING MILANO

Esposizione internazionale del franchising

FieraMilanoCity,
Milano
RDS & Company Srl
info@salonefranchisingmilano.com
www.salonefranchisingmilano.com

7-9 NOVEMBRE

HORECA/GASTROFOOD

Salone delle attrezzature per il mondo della ristorazione e dell'hotellerie

Cracovia,
Polonia
biuro@targi.krakow.pl
www.targi.krakow.pl

10-13 NOVEMBRE

IL BONTA'

Salone delle eccellenze enogastronimiche dei territori

Fiera di Cremona
Cremona
info@ilbonta.it
www.ilbonta.it

11-14 NOVEMBRE

COSMOFOOD

Salone dedicato alle eccellenze del settore food, beverage & technology

Fiera di Vicenza,
Vicenza
info@cosmofood.it
www.cosmofood.it

11-15 NOVEMBRE

EQUIP'HÔTEL PARIS

Evento internazionale della ristorazione commerciale e dell'hotellerie

Paris Expo Porte de Versailles,
Parigi,
Francia
Reed Expositions France Sas
info@reedexpo.fr
www.reedexpo.fr

13-15 NOVEMBRE

FHC CHINA

Salone internazionale dell'ospitalità, della ristorazione commerciale, del retail e del food & beverage

Shanghai,
Cina
CIE@chinaallworld.com
www.chinaallword.com

16-20 NOVEMBRE

IGEHO

Salone internazionale dell'hotellerie e del fuori casa

Basilea,
Svizzera
info@messe.ch
www.messe.ch

23-26 NOVEMBRE

BIOLIFE 2018

Salone dei buongustai

Bolzano,
Italia
info@fierabolzano.it
www.fierabolzano.it

27-29 NOVEMBRE

ISRAFOOD

Salone internazionale del food & beverage

Tel Aviv,
Israele
expo@stier-group.com
www.stier.co.il

Ristorando
www.ristorando.eu
ITALIA - EUROPA - MONDO
Lo sviluppo dei coffee shop
Dossier collettiva
TOP PLAYER A CONFRONTO
INDAGINE FIPE
Consumi in crescita
EDIFIS

La Borsa delle Imprese della **Ristorazione Moderna**

I contratti del mese in Italia **Pag. 90**

Il grande balzo **di settembre**

Ottanta contratti in più: è da record la progressione registrata dal monitor questo mese, che passa da 212 a 292 accordi registrati. Come sempre, il suono della campanella porta con sè un tourbillon di nuovi contratti ascrivibili alla ristorazione scolastica: quelli relativi infatti alle scuole pubbliche sono ben 54 in più (145 in tutto), il che porta il totale di segmento a 154, considerando anche i 9 della voce scuole private e università (+2).
La ristorazione commerciale vede una progressione di 9, arrivando a 86 mentre sono 7 le nuove segnalazioni della collettiva sociosanitaria. Chiudono aziendale e buoni pasto con aumenti rispettivamente di due e di un contratto.

(Nella sesta rilevazione abbiamo censito 292 contratti e 121 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto: viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulti la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.

CASE DI CURA, CLINICHE, OSPEDALI

BAR BANQUETING SRL/URANIA SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIRFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EURORISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FABBRO FOOD & FACILITY	2 CONTRATTI
✔ Ospedale San Matteo, Pavia	
✔ 1 contratto precedente	
IL CAMMINO SOC. COOPERATIVA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LADISA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MARKAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MULTISERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PELLEGRINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PIANETA FOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SODEXO ITALIA	1 CONTRATTO PRECEDENTE

CASE DI RIPOSO, CASE PROTETTE, SERVIZI ASSISTENZIALI

ASM VOGHERA SPA	1 CONTRATTO
✔ ASP Carlo Pezzani Voghera (PV)	
CIR FOOD	2 CONTRATTI PRECEDENTI
ELIOR RISTORAZIONE	1 CONTRATTO
✔ ASP Carlo Pezzani Voghera (PV)	
EUTOURIST	1 CONTRATTO
✔ Comune di Torino	
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERIST	1 CONTRATTO
✔ Casa di cura Il Novello DonFranco Comaschi, Travacò Siccomario (PV)	
SOCIETÀ COOP. SOCIALE BASSANO SOLIDALE	1 CONTRATTO
✔ Comune di Bassano del Grappa (VI)	
VEGEZIO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
VIVENDA	1 CONTRATTO
✔ Casa di riposo L'Uspidali, Valenza (AL)	

FORZE ARMATE E CORPI MILITARIZZATI

BIORISTORO	1 CONTRATTO
✔ Istituto Penale Minorile Casal del Marmo, Roma	
BRILL SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FABBRO FOOD & FACILITY	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERIST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SIARC	1 CONTRATTO
✔ Centro per la Giustizia minorile per la Calabria, Catanzaro	

MENSE AZIENDALI

ELIOR RISTORAZIONE	3 CONTRATTI PRECEDENTI
CAMST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIMAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIRFOOD	2 CONTRATTI PRECEDENTI
FABBRO FOOD & FACILITY	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GIOSERVICE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
IFM	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LAVAZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SARCA CATERING SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERENISSIMA RISTORAZIONE	3 CONTRATTI PRECEDENTI
SODEXO ITALIA	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SCUOLE PRIVATE ED UNIVERSITÀ

CASA DEL POPOLO CIRCOLO ARCI CALENZANO	1 CONTRATTO
✔ A.R.D.S.U. Toscana, Residenza Aziendale di Calenzano (FI)	
CIRFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DUSSMANN	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FOOD SERVICE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MISTRAL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PELLEGRINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SYNESTHESIA SRL	1 CONTRATTO
✔ Università degli Studi di Milano	

SCUOLE PUBBLICHE

ACCADEMIA NODIVA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
A&C PRIVATE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ALL FOOD	2 CONTRATTI
✔ Comune di Civitanova Marche (MC)	
✔ 1 contratto precedente	
AMIS SRL	2 CONTRATTI
✔ Comune di Primaluna (LC)	
✔ Comune di Pasturo (LC)	
AVENDO SRL	1 CONTRATTO
✔ Comune di San Severino Marche (MC)	
AVVENIRE SOC. COOP. SOCIALE ONLUS	1 CONTRATTO
✔ Comune di Monte Romano (VT)	
BETADUE COOP. SOC.	1 CONTRATTO PRECEDENTE
BIORISTORO ITALIA	3 CONTRATTI
✔ Comune di Albano Laziale (RM)	
✔ 2 contratti precedenti	
BRIN MENSE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CAPITAL	2 CONTRATTI PRECEDENTI
CAMST	17 CONTRATTI
✔ Comune di Borgo San Lorenzo (FI)	

✔ Comune di Pradamano (UD)
✔ Comune di Cornate d'Adda (MB)
✔ Comune di Vinovo (TO)
✔ Comune di Comacchio (FE)
✔ Comune di Moruzzo (UD)
✔ Comune di Usmate Velate (MB)
✔ 10 contratti precedenti

CARIBÙ CATERING SRL 1 CONTRATTO PRECEDENTE

CIRFOOD 12 CONTRATTI
✔ Comune di Marmirolo (MN)
✔ Comune di Salerno
✔ Comune di Umbertide (PG)
✔ Comune di Quattro Castelle (RE)
✔ Comune di Albinea (RE)
✔ Comune di Pieve San Giacomo (CR)
✔ Comune di Pescarolo ed Uniti (CR)
✔ Comune di Chiavari (GE)
✔ 4 contratti precedenti

CO.SE.C. - COOP. SERVIZI CROTONE 1 CONTRATTO PRECEDENTE

COOPERATIVA SOCIALE NUOVA ERA 1 CONTRATTO PRECEDENTE

CE.RI.SA. SRL 1 CONTRATTO PRECEDENTE

DITTA SOLDALE COOP. SOCIALE 1 CONTRATTO PRECEDENTE

DUSSMANN SERVICE 3 CONTRATTI
✔ Comune di Roncadelle (BS)
✔ Comune di Samarate (VA)
✔ 1 contratto precedente

ELIOR RISTORAZIONE 8 CONTRATTI PRECEDENTI

EP SPA 2 CONTRATTI PRECEDENTI

EURORISTORAZIONE 2 CONTRATTI
✔ Comune di Somma Lombardo (VA)
✔ 2 contratti precedenti

EUTOURIST NEW 1 CONTRATTO PRECEDENTE

EW KING SRL 1 CONTRATTO PRECEDENTE

FELSINEA RISTORAZIONE 1 CONTRATTO PRECEDENTE

FRATELLI MONACO DI MAURIZIO MONACO & C. 1 CONTRATTO PRECEDENTE

GE.RI.CO. 1 CONTRATTO
✔ Comune di Napoli

GEMEAZ-ELIOR 4 CONTRATTI
✔ Comune di Orzinuovi (BS)
✔ Comune di Vermezzo (MI)
✔ 2 contratti precedenti

GEMOS 6 CONTRATTI
✔ Comune di Castel San Pietro (IM)
✔ Comune di Ozzano dell'Emilia (IM)
✔ Comune di Cattolica (RM)
✔ 1 contratto precedente

GESTIONA SERVIZI INTEGRATI 1 CONTRATTO PRECEDENTE

G.L.E. SERVIZI 2 CONTRATTI
✔ Comune di Pino Torinese (TO)
✔ Comune di Monterosso al mare (SP)

GMI SERVIZI 1 CONTRATTO PRECEDENTE

LA CASCINA GLOBAL SERVICE 3 CONTRATTI PRECEDENTI

LA FENICE SERVIZI E INNOVAZIONE 1 CONTRATTO PRECEDENTE

LA PESCHIERA SOC. COOP. 1 CONTRATTO PRECEDENTE

LADISA 3 CONTRATTI PRECEDENTI

LARIUS COOP. SOC. 1 CONTRATTO PRECEDENTE

MARKAS 3 CONTRATTI
✔ Comune di Savigliano (CN)
✔ 2 contratti precedenti

ME.CA. SRL 1 CONTRATTO PRECEDENTE

NOI SOC. COOP. 1 CONTRATTO PRECEDENTE

ODISSEA 1 CONTRATTO
✔ Comune Borgo San Lorenzo (FI)

PASTORE SRL 1 CONTRATTO PRECEDENTE

PROCLEAN 1 CONTRATTO PRECEDENTE

PUNTO RISTORAZIONE 1 CONTRATTO PRECEDENTE

RAG. PIETRO GUALTIERI E FIGLI 1 CONTRATTO PRECEDENTE

RI.CA SRL 1 CONTRATTO
✔ Comune di Sant'Anastasia (NA)

RISTONET 1 CONTRATTO PRECEDENTE

RISTORART TOSCANA 1 CONTRATTO PRECEDENTE

RISTORAZIONE OTTAVIAN 1 CONTRATTO
✔ Comune di Roncade (TV)

RISTOSERVICE 1 CONTRATTO PRECEDENTE

SCAMAR 1 CONTRATTO PRECEDENTE

SCARDI RISTORAZIONE 1 CONTRATTO PRECEDENTE

SERCAR 1 CONTRATTO PRECEDENTE

SERCOLO SRL 1 CONTRATTO PRECEDENTE

SERENISSIMA RISTORAZIONE 2 CONTRATTI PRECEDENTI

SERIST 2 CONTRATTI
✔ San Martino Siccomario e Travacò Siccomario (PV)
✔ Comune di Agrate Brianza (MB)

SERVITO 2 CONTRATTI PRECEDENTI

SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE 1 CONTRATTO PRECEDENTE

SIRIO 2 CONTRATTI PRECEDENTI

SLEM 1 CONTRATTO PRECEDENTE

SOCIETA' COOP. SOCIALE GIALLA 1 CONTRATTO
✔ Ministero della Salute, Roma

SODEXO ITALIA 17 CONTRATTI
✔ Comune di Savigliano (CN)
✔ Comune di Pioltello (MI)
✔ Comune di Melzo (MI)
✔ Comune di Trofarello (TO)
✔ Comune di Lentate sul Seveso (MB)
✔ Comune di Lomazzo (CO)
✔ Comune di Bernareggio (MB)
✔ Comune di Carugate (MI)
✔ Comune di Luino (VA)
✔ Comune di Felino (PR)
✔ 7 contratti precedenti

TORTONA SPA 1 CONTRATTO PRECEDENTE

VEGEZIO 2 CONTRATTI PRECEDENTI

VIVENDA 2 CONTRATTI PRECEDENTE

Ristorazione Commerciale

ESERCIZI URBANI E CENTRI COMMERCIALI

AUTOGRILL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
BURGER KING	4 CONTRATTI
✔ Corso Novara, Torino	
✔ 3 contratti precedenti	
CALAVERA FRESH MEX	2 CONTRATTI PRECEDENTI
CAFFE' PASCUCCI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CASA MAIOLI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CHEF EXPRESS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIBIAMOGROUP	2 CONTRATTI PRECEDENTI
CIGIERRE	8 CONTRATTI PRECEDENTI
CIOCCOLATITALIANI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIRFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
COVIM EXPRESS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CRAZY FISH	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DOMINO'S PIZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DOPPIO MALTO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EL PAN D'NA VOLTA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FC RETAIL	1 CONTRATTO
✔ RED, Corso Garibaldi, Milano	
FIVE GUYS	1 CONTRATTO
✔ Corso Vittorio Emanuele, Milano	
FONDAZIONE PRADA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FOOD GROUP SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
JOLLIBEE FOOD CORPORATION	1 CONTRATTO PRECEDENTE
KFC	4 CONTRATTI PRECEDENTI
LA CAVEJA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA PIADINERIA	2 CONTRATTI PRECEDENTI
LÖWENGRUBE	1 CONTRATTO
✔ CC I Viali Shopping Park, Nichelino (TO)	
MCDONALD'S	5 CONTRATTI
✔ Ancona	
✔ 4 contratti precedenti	
MONDADORI CAFÈ	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ODOROKI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ODSTORE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
OFFICINA EMILIANA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
OLD WILD WEST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PANINO GIUSTO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PESCHERIA CON COTTURA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PIZZIUM	2 CONTRATTI PRECEDENTI
PIZZOTELLA	1 CONTRATTO
✔ Via Muratori, Milano	
ROADHOUSE	4 CONTRATTI PRECEDENTI
ROVAGNATI 1943	1 CONTRATTO
✔ CC Globo, Busnago (MB)	
SEBETO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SEGAFREDO - PANICUNZATU	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SPONTINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
STARBUCKS	1 CONTRATTO
✔ Reserve Roastery, piazzale Cordusio, Milano	
THE SHOWFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
VILLAPIZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
WE LOVE PURO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
YOYOGURT	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SITI IN CONCESSIONE

CHEF EXPRESS	4 CONTRATTI PRECEDENTI
FC RETAIL	2 CONTRATTI PRECEDENTI
ART & FOOD SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
KELLYDELY	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LAGARDÈRE	4 CONTRATTI PRECEDENTI
MCDONALD'S	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PUNTO GRILL SERVICE	2 CONTRATTI PRECEDENTI
RISTOSYSTEM SAS	1 CONTRATTO
✔ Regione Veneto	
SEBETO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SIRIOBAR	2 CONTRATTI PRECEDENTI

Buoni Pasto

ENTI PUBBLICI

CIRFOOD (BLUBE)	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DAY - CAMST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EDENRED	2 CONTRATTI PRECEDENTI

BUONI PASTO ELETTRONICI E CARD

EDENRED	2 CONTRATTI
✔ Retipiù srl Desio (MB)	
✔ 1 contratto precedente	

Contratti monitorati al 30 settembre 2018

I SEGMENTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA	
Case di Cura, Cliniche, Ospedali	14
Case di riposo, Case Protette, Servizi Assistenziali	10
Totale ristorazione collettiva sociosanitaria	24
Forze Armate e Corpi Militarizzati	5
Ristoranti aziendali ed interaziendali	17
Totale ristorazione collettiva aziendale	22
Scuole private e Università	9
Scuole pubbliche	145
Totale ristorazione scolastica	154
Esercizi Urbani e centri commerciali	67
Esercizi in Concessione	19
Totale ristorazione Commerciale	86
Imprese e società private	-
Enti Pubblici	4
Buoni pasto elettronici e card	2
Totale Buoni pasto	6
TOTALE CONTRATTI MONITORATI	292

Società monitorate al 30 settembre 2018

N.	Società	Insegne
1.	ACCADEMIA NOVIDA	
2.	ALL FOOD	
3.	AMIS SRL	
4.	ART & FOOD	
5.	A&C PRIVATE SRL	
6.	AVENDO SRL	
7.	AUTOGRILL	Bomba
8.	AVVENIRE SOC. COOP. SOCIALE ONLUS	
9.	BAR BANQUETING SRL/URANIA SRL	
10.	BETADUE COOP. SOC.	
11.	BIORISTORO	
12.	BRILL SERVICE	
13.	BRIN MENSE	
14.	CAFFE' PASCUCCI	
15.	CAMST	Ristoservice, Day, Dal 1945 Gustavo Italiano
16.	CAPITAL	
17.	CARIBU' CATERING SRL	
18.	CASA DEL POPOLO CIRCOLO ARCI CALENZANO	
19.	CASA MAIOLI	
20.	CASCINA GLOBAL SERVICE	
21.	CE.RI.SA. SRL	
22.	CHEF EXPRESS	Mokà, Prosecco bar Bottega, JuiceBar
23.	CIBIAMO	La bottega del caffè, Mondadori Cafè
24.	CIGIERRE	Old Wild West, Pizzikotto, Shi's
25.	CIMAS	
26.	CIOCCOLATITALIANI	
27.	CIR FOOD	CIR, Blu Ticket, Rita, Rita Terreverdi, Pastarito, Eudania, Chiccotosto, Tracce, Aromatica, Viavai, Let's Toast, Antica Focacceria San Francesco, RED
28.	CO.SE.C.	
29.	CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI	
30.	COOPERATIVA SOCIALE NUOVA ERA	
31.	COVIM EXPRESS	
32.	DITTA SOLIDALE COOP. SOCIALE	
33.	DOMINO'S PIZZA	
34.	DUSSMANN	
35.	EDENRED	Ticket Restaurant, City Time, e-Lunch
36.	EL PAN D'NA VOLTA	
37.	ELIOR	Food Experience, Gemeaz Elior
38.	EP SPA	

39.	EURORISTORAZIONE	
40.	EUTOURIST	
41.	EW KING SRL	
42.	FABBRO	
43.	FC RETAIL	Antica Focacceria San Francesco, RED
44.	FELSINEA RISTORAZIONE	
45.	FIVE GUYS	
46.	FONDAZIONE PRADA	Ristorante Torre
47.	FOOD GROUP SERVICE	Panicunzatu
48.	FOOD SERVICE SRL	
49.	F.LLI MONACO DI MAURIZIO MONACO & C.	
50.	GE.RI.CO. SRL	
51.	GEMOS	
52.	GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	
53.	G.L.E. RISTORAZIONE	
54.	GLOBAL SERVICE	
55.	GMI SERVIZI	
56.	IFM	
57.	IL CAMMINO SOC. COOPERATIVA	
58.	JOLLIBEE FOOD CORPORATION	Jollibee
59.	KELLY DELY	Sushi Daily
60.	KFC	
61.	LA CAVEJA	
62.	LA FENICE SERVIZI E INNOVAZIONE	
63.	LA MEDITERRANEA SOC. COPERATIVA	
64.	LA PESCHERIA SOC. COOP.	
65.	LA PIADINERIA	
66.	LADISA	
67.	LARIUS COOP. SOC	
68.	LAGARDÈRE	Farinella, Aijsen Ramen, Beercode, Briccocafè, Rustichelli & Mangione, Natoo
69.	MARKAS	
70.	MCDONALD'S	
71.	ME. CA. SRL	
72.	MISTRAL	
73.	MONDADORI	Mondadori Cafè
74.	MULTISERVICE	
75.	NOI SOC. COOP.	
76.	ODISSEA	
77.	ODOROKI	
78.	ODSTORE	
79.	OFFICINA EMILIANA	
80.	PANCIOC	Panini Durini
81.	PANINO GIUSTO	
82.	PELLEGRINI	
83.	PESCHERIA CON COTTURA	
84.	PIANETA FOOD	
85.	PIZZIUM	
86.	PIZZOTTELLA	
87.	PROCLEAN	
88.	PUNTO GRILL	Caruggio eat & shop
89.	PUNTO RISTORAZIONE	
90.	RAG. PIETRO GUARNIERI E FIGLI	
91.	RI.CA SRL	
92.	RISTONET	
93.	RISTORART TOSCANA	

94.	RISTORAZIONE OTTAVIAN	
95.	RISTOSYSTEM SAS	
96.	ROADHOUSE	Roadhouse, Crazy fish, Calavera, Fresh Mex
97.	ROVAGNATI	
98.	SEBETO	Rossosapore
99.	SCAMAR	
100.	SEGAFREDO	
101.	SERCAR	
102.	SARCO CATERING	
103.	SCARDI RISTORAZIONE	
104.	SERCOLO SRL	
105.	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
106.	SERIST	
107.	SERVITO	
108.	SIR SISTEMI ITALIANI RIST.	
109.	SIRIO	Sirio Bar
110.	SLEM	
111.	SOCIETA' COOP. SOCIALE BASSANO SOLIDALE	
112.	SODEXO	Sodexo Italia, Sodexo Motivation Solutions Italia
113.	SPONTINI	
114.	STARBUCKS	Starbucks, Roastery Reserve
115.	THE SHOWFOOD	
116.	TORTONA	
117.	VEGEZIO	
118.	VILLAPIZZA	
119.	VIVENDA	
120.	WE LOVE PURO	
121.	YOYOGURT	

La logistica alimentare di SLM Business Consultancy

Come si penetra nei mercati esteri? La risposta la dà **SLM Business Consultancy**, società di consulenze che aiuta le imprese a trasportare e promuovere i propri prodotti all'estero.
Ai fini dell'entrata in un mercato, è importante che ci sia uno studio preliminare dei trend del Paese target, seguito da un benchmark dei prodotti, per sapere quali articoli vendere, a che prezzo e dove.
In base ai dati raccolti bisogna adattare la logistica scegliere le migliori soluzioni logistiche, in collegamento con la sede centrale.
Per aiutare le aziende a fare questo, Business Consultancy offre servizi di analisi per i costi della filiera logistica, i flussi delle informazioni, dei valori monetari e fiscali, compresi fornitori e contratti. Stefano Madile, fondatore di SLM Business Consultancy, ha sviluppato questo servizio partendo dall'esperienze di gestione di Supply Chain complesse, con un bagaglio di competenze che spazia in ogni aspetto della logistica.

SLM
BUSINESS CONSULTANCY

www.slmbconsult.com

La gestione di ristoranti e caffè con la suite Aloha

Il controllo di un ristorante, sia esso operativo od economico, è uno degli elementi più importanti che un ristoratore deve considerare. La **suite Aloha di NCR**, proposta da **Gamba Bruno**, traccia i dati di processo della ristorazione rendendo visibili le performance del locale in tempo reale, da smartphone o tablet (sia Android che iOS).
La App riceve i dati in continuo aggiornamento dal sistema Aloha con un ritardo di 5 secondi e fornisce, ad esempio, il venduto totale per ristoranti, per prodotto, per cluster di prodotto, per cassiere, segnalazioni in merito ad anomalie negli sconti, alle cancellazioni, allo scontrino medio, al totale del venduto …
Dalla console in Sede si accede inoltre a:
• report predefiniti e/o personalizzati
• conti economici (food cost)
•"drilldown viewer" per effettuare analisi interattive partendo da variabili (vendite, numero scontrini) o da elementi aggregati (ristorante, categoria, fascia oraria, menu, articolo di vendita)

• "check detail viewer" per vedere i dati di un singolo scontrino
• "current day polling" con una sintesi di vendite e netto IVA

www.gambabruno.it

Carrello multiporzione Evomulti

Rational Production si conferma azienda leader nell'innovazione nel settore della distribuzione pasti, con l'assegnazione del "*Red Dot Award: Product Design 2017*" al carrello multiporzione EVOMULTI, per caratteristiche distintive in termini di design, ergonomia e funzionalità.
Il riconoscimento è stato ottenuto anche grazie ad ALUFRAME, un telaio perimetrale senza saldature, con profili di alluminio anodizzato, che permette di ottenere compattezza e leggerezza del carrello, aumentandone rigidità e resistenza strutturale e allo stesso tempo una riduzione dei costi di manutenzione e un'estensione della vita utile dell'attrezzatura.
Ultima novità di Rational Production è il carrello multiporzione a convezione EVOLITE, disponibile in varie taglie e configurazioni con vani caldo, freddo, neutro e scaldapiatti, anche per i sistemi di distribuzione più semplici, e soprattutto senza bisogno di acqua, spesso causa di problemi e rischi per gli operatori.

www.rationalproduction.com

La pausa caffè completamente ecologica

Con i bicchieri di carta per distributori automatici E-cup di **Medac**, la pausa caffè in azienda diviene completamente ecologica. I contenitori sono infatti biodegradabili e compostabili e, una volta terminato l'utilizzo, possono essere smaltiti nei normali contenitori dell'umido della raccolta differenziata e avviati al compostaggio. Sono realizzati in carta certificata FSC - Forest Stewardship Council, proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile in accordo a rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. Come tutti i contenitori Medac, i bicchieri E-cup sono personalizzabili con il messaggio desiderato, a cui è possibile affiancare i loghi delle certificazioni di prodotto FSC e TÜV Austria OK Compost, che ne attesta le caratteristiche biodegradabili e compostabili ai sensi della norma EN 13432 (09-2000). La gamma Medac per distributori automatici include anche bicchieri da bibita di carta sia patinata (con una capacità di 218 ml) che non patinata (con una capacità di 168 e 210 ml).

medac S.r.l. Industriacartotecnica

www.medac.it

La nuova lavastoviglie a capote doppio cesto M-iClean HXL Meiko!

Un anno fa, nel suo 90° compleanno, **Meiko** festeggiava con i propri clienti la lavastoviglie a capote M-iClean H. Un anno dopo, l'azienda battezza la regina di tutte le capote, la nuova lavastoviglie a capote doppio cesto M-iClean HXL, che raddoppia in forza. Sotto la capote c'è posto per ben due cesti e, grazie alle sue dimensioni, è perfetta per il lavaggio di grandi pentole, teglie e vassoi.

Non le manca però l'agilità per il lavaggio di posate, bicchieri e piatti. A tutto ciò si unisce efficienza economica e bassi consumi che solo Meiko è in grado di offrire.

Ed ecco le ultime novità che cambiano la vita agli operatori del settore:

- 120 cesti/ora: ciclo di lavaggio più rapido, il doppio delle stoviglie pulite!
- Capote robusta, ma magicamente si apre e si chiude senza sforzi - "uno sfioramento leggero" e il lavaggio parte da sé come per miracolo.

- La M-iClean HXL si chiude e inizia il lavaggio solo se riconosce di avere al suo interno il cesto.
- Tavolo di scarico con doppio modulo di asciugatura - tutto asciutto in un attimo. Nessuna asciugatura manuale di bicchieri, posate, piatti etc.

In qualità di partner per tutti gli operatori del settore abbiamo creato condizioni di lavoro: ergonomiche, pulite, veloci, ottimizzate in un ambiente di lavoro più piacevole.

Ecco cosa noi di Meiko chiamiamo 'La soluzione pulita' - 'The clean solution'.

www.meiko.it

Velocità da record: da 0 a 200° in soli 2,5 minuti

Con il **VarioCookingCenter** di **Rational** tutto è più semplice e veloce. L'apparecchio si riscalda da 0° a 200° in meno di 2,5 minuti e mantiene la temperatura anche quando vengono caricate grandi quantità di cibo freddo. La struttura a rete del sistema riscaldante brevettato VarioBoost distribuisce il calore in modo uniforme su tutta la superficie e lo trasferisce al cibo. Grazie all'intelligenza di cottura il sistema tara il calore per non far attaccare o far scuocere il cibo. Anche i prodotti più delicati come il riso al latte, la besciamella o il risotto posso essere cotti alla perfezione con il VarioCookingCenter.

Raggiungendo la temperatura desiderata fino a 4 volte più velocemente, il VarioCookingCenter consuma il 40% di energia in meno rispetto alle apparecchiature tradizionali. Inoltre, lo straordinario potere riscaldante permette di non far fuoriuscire i succhi dalle pietanze, il che significa avere fino al 17% in meno di calo peso delle materie prime.

www.rational-online.com

Lavastoviglie 4.0: la tecnologia non è mai stata così semplice

Le lavastoviglie 4.0 a marchio **Krupps** sono le più semplici ed intuitive sul mercato.
Il pannello **UNIKO** touch garantisce la scelta del miglior ciclo di lavaggio con una estrema facilità: semplici icone mostrano ciò che dovete lavare permettendovi di scegliere il miglior ciclo di lavaggio e di abbattere notevolmente il tempo impiegato nel training del personale sul corretto utilizzo della macchina.
Ogni operazione è facile ed efficace e viene effettuata nel massimo della sicurezza e del risparmio, connettendo direttamente il vostro Centro di Assistenza con la lavastoviglie, per un servizio di post-vendita senza pari. Questo è possibile grazie ad **IKLOUD**, il sistema di controllo che sfrutta la connessione con la rete Wi-Fi. Voi vi concentrerete sul vostro lavoro mentre il tecnico si sta occupando della vostra lavapiatti, proprio come se fosse nella vostra cucina.. Servizio impeccabile ma anche controllo, per sapere sempre cosa la lavastoviglie sta facendo e soprattutto come lo sta facendo, per prevenire i fermi macchina e ridurne al massimo i consumi. Maggiore efficienza e migliore gestione: ottimizzerete la vostra attività e risparmierete sui costi della lavastoviglie, allungando il suo ciclo di vita. Queste lavastoviglie offrono la possibilità di accedere alle grandi agevolazioni legate all'**Iper-Ammortamento del +250%**, permettendo di sfruttare al massimo l'investimento su prodotti altamente tecnologici ma estremamente semplici da utilizzare nelle operazioni di ogni giorno.

www.krupps.it

Al servizio del settore sanitario e sociosanitario

Servizio realizzato con macchine in comodato e fornitura di preparati solubili o concentrati per la distribuzione di bevande fredde e calde e integrazioni alimentari: - - bevande calde per la *colazione;* - bevande per l'*idratazione* di ospiti disfagici: gelificate, gelificate light, cream; - *colazione omogenea* per ospiti disfagici: Latte e biscotti, Tè e biscotti, cappuccino e biscotti, latte e biscotti PRO (ad alto contenuto di proteine); - bevande fredde, succhi, bevande salutistiche e acqua microfiltrata per l'*idratazione; - merende e spuntini*: mousse di frutta e dessert proteici.
Vantaggi in sintesi: - possibilità di ampliare la gamma delle bevande; - bevande senza lattosio, bevande bio, bevande light; - possibilità di bevande gelificate a vari gradi di densità; - semplificazione della logistica riduzione dei costi di preparazione e distribuzione; - erogazione solo del prodotto necessario; - n° 6 erogatori totalmente indipendenti e assenza di manipolazione sistema di lavaggio automatizzato; - velocità di erogazione; - sistemi di temporizzazione e blocco erogazione; - disponibilità delle bevande 24 ore su 24; - assistenza tecnica certificata ISO 9001; - analisi periodica di gradimento e costi; - riduzione dei costi ambientali dei rifiuti e dei trasporti.

www.iosano.com

Soluzioni di arredo eleganti, pratiche e raffinate

"Funzionalità ed eleganza nella presentazione delle pietanze": come in un puzzle **Idea Food** combina funzioni professionali per il mantenimento, la conservazione e cottura dei cibi in una moltitudine di soluzioni pratiche e raffinate.
La flessibilità e unicità delle soluzioni proposte dai progettisti Idea Food consente di creare free-flows, self-services, bar, gastronomie, wine bar e pasticcerie conformi a qualsiasi richiesta stilistica e in grado di valorizzare l'ambiente in cui si collocano. Ogni soluzione é frutto di uno studio dell'ambiente, dei flussi in entrata e uscita, del tipo di menù proposto, del personale di servizio utilizzato e dei colori e materiali che contraddistinguono la sala ristorante.
Per ogni progetto Show Food System elabora le proposte anche in Rendering di alta qualità. Le apparecchiature utilizzate, sono utilizzabili anche per chi opera in ambienti Haccp. Idea Food, grazie alle competenze ed esperienze maturate, sviluppa e realizza progetti "chiavi in mano" in tutta Europa. Progettazione, consulenza sui finanziamenti, studio del logo, marketing, realizzazione e trasporto ed installazione sono solo alcuni dei servizi offerti.

www.showfoodsystem.com

Inoxtrend: maniac in excellence

Inoxtrend ha dedicato notevoli risorse nell'ultimo anno allo sviluppo di nuovi prodotti nonché all'aggiornamento delle gamme esistenti. Coerentemente con la filosofia aziendale, il risultato è una selezione di forni professionali per qualsiasi esigenza di cottura di chi cura con amore e passione il suo lavoro, facendo di ogni pasto preparato un evento. L'eccellenza si esprime nella gamma Gourmet, dedicata ai più esigenti, segue la linea Professional, con la più vasta selezione di capacità, forni heavy duty, ideali per cucine ad alta produttività. I Nice & Go sono invece forni essenziali e versatili per preparazioni sia di gastronomia che di pasticceria, mentre i forni della linea Snack sono pensati per chi ha l'esigenza di un forno veloce ed "easy". Rimanete sintonizzati, ci sono anche altre novità in arrivo!

"What you need is what you get" è lo slogan che riassume l'impegno dell'azienda nel garantire qualità ed affidabilità al giusto prezzo per tutte le gamme offerte.

www.inoxtrend.com

Progetti globali di food-retail

Tecnoarredamenti progetta e realizza spazi di vendita nel settore food-retail offrendo servizi di consulenza che rendono ogni locale unico e irripetibile. Tecnoarredamenti si pone sul mercato a fianco dei propri clienti con l'idea di essere prima di tutto un partner per la creazione di attività commerciali di successo.

Grazie anche a t-studio, il dipartimento di Tecnoarredamenti totalmente dedicato all'ideazione di nuovi concept commerciali e allo sviluppo di tutti gli aspetti legati alla promozione e alla comunicazione, l'azienda sviluppa per importanti committenti progetti globali di food-retail, destinati a dare il via alla nascita e alla veloce crescita di grandi catene. Negli scorsi mesi ad esempio ha realizzato lo studio del format e la realizzazione dei primi due punti vendita per la più grossa azienda di ristorazione collettiva che ha sede in Brasile, che produce 1 milione di pasti al giorno.

Yurban Food ha infatti chiesto a Tecnoarredamenti di realizzare una formula retail da sviluppare in Brasile e Sud America per proporre pasti veloci con referenze confezionate.

La formula prevede un'area di preparazione e show cooking a vista, un'area di libero servizio per i clienti e le zone di consumo collocate fuori cassa. I primi due punti vendita appena aperti stanno giù avendo un grande successo.

www.tecnoarredamenti.com

VITO: risparmio ed eccellenza nel filtraggio al servizio dell'ambiente

VITO è una realtà mondiale nel settore HOReCa confermata da numerosi premi: oltre 40.000 cucine e più di 150 nazioni utilizzano VITO quotidianamente.

VITO pulisce l'olio senza l'utilizzo di prodotti chimici o addittivi artificiali.

Ciò influisce positivamente sulla durata della vita dell'olio e permette di ridurne il consumo fino al 50%.

L'utilizzo di VITO rallenta la formazione dell'acrillamide, per questo i fritti saranno di qualità e gustosi.

VITO è un sistema eco-friendly. Il risparmio d'olio riduce lo smaltimento e la richiesta produttiva.

Inoltre riduce le emissioni di carbonio e utilizzando filtri in cellulosa completamente biodegradabili ha un impatto "green" e positivo sull'ambiente.

La qualità ecosostenibile made in Germany è al servizio di un futuro migliore e più sano, come testimoniano i prestigiosi premi Smart Label per l'innovazione e Green Band 2018 per la tutela dell'ambiente.

VITO oil filter system

www.vitoitalia.it

ALIMENTI SENZA GLUTINE

Dr Schär Foodservice

Dr. Schär S.p.A.
Winkelau 9 - 39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293 300
Fax +39 0473 293 399
foodservice.it@drschaer.com - www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE

Augusto S.r.l. - CENTRO DIREZIONALE ZIPA
Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. + 39 0731 288021 - Fax + 39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com

Costa Group
Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309 - Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net. - www.costagroup.net

IdeaFood
Via Vallona 66 – 33170 Pordenone – Italia
Tel. Sonia Pistello +39 392 7189250
Tel. Valentino Redivo +39 340 5673553
info@showfoodsystem.com
www.showfoodsystem.it

IFI S.p.A.
Strada Selva Grossa 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. +39 0721 20021 - Fax +39 0721 201773
www.ifi.it - info@ifi.it - export@ifi.it

Spazio Futuro
Via Carlo Bazzi, 49 - 20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450 - www.spaziofuturo.it

tecnoarredamenti international

Tecnoarredamenti
Via Cimon de' Furlani, 1
33081 Aviano - Pordenone - Italia
Tel. +39 0434 676511 - Fax +39 0434 651069
info@tecnoarredamenti.com - www.tecnoarredamenti.com

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM
Associazione Imprese Grande Ristorazione Multilocalizzate

AIGRIM
Piazza Belli, 2 - 20153 Roma
Tel. +39 06583921 - Fax +39 065818682
www.aigrim.it - segreteria@aigrim.it

angem

Angem
Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
info@angem.it - www.angem.it

ANSEB
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@anseb.com - www.anseb.it

CNCC
Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120 - Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it

Efcem Italia
Via Matteo Bandello, 5 - 20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it

FIPE
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI

General Beverage S.r.l.
Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305 - Fax +39 0187 461368
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTOR. COLLETTIVA

BioRistoro Italia S.r.l.
Via Benedetto Stay, 49 - 00143 Roma
Tel. +39 06 5030933 - Fax +39 06 51530272
posta@bioristoroitalia.it - www.bioristoroitalia.it

Camst
Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camst.it

CIRFOOD
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com

Compass Group Italia S.p.A.
Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano (MI)
Tel. +39 02 480531 - Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518
Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

Elior Ristorazione S.p.A.
Via privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it

Gemeaz
elior

Gemeaz Elior S.p.A.
Via privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it

I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.
Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio - 80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com

Ladisa S.p.A.
Via Guglielmo Lindemann, 5/3 – 5/4 - 70132 Bari – Zona Asi
Tel. +39 080 8682111
Fax +39 080 5313357
info@ladisaristorazione.it
www.ladisaristorazione.it

Markas S.r.l.
Via Macello, 73 - 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
info@markas.it - www.markas.it

Pellegrini

Pellegrini S.p.A.
Via Lorenteggio, 255 - 20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1 - Fax +39 02 89125922
www.gruppopellegrini.it

Serenissima Ristorazione s.p.A.
Via della Scienza, 26/A - 36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400 - Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it - www.grupposerenissima.it

Sodexo Italia S.p.A.
Via Fratelli Gracchi, 36 - 20092 Cinisello Balsamo - Milano
Tel. 02 69684.1 - Fax 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE

Autogrill S.p.A.
Centro Direzionale Milanofiori
Strada 5, Palazzo Z - 20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com

ON-BOARD AUTOSTRADALE

Burger King Italia S.r.l.
Piazza S. Anastasia, 7 - 00186 Roma
Tel. +39 06 96701270 - Fax +39 06 3223394
franchising@burgerking.it www.burgerking.it

Chef Express S.p.A.
Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711 - Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711 - Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it

CIRFOOD
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011 - Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com - drc@cirfood.com

MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.
Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Edificio E - Ala 2 - 20153 - Milano
Tel. +39 02 3909951 - Fax +39 02 3552234
www.it.areas.com - info.italia@areas.com

Roadhouse Grill Italia S.r.l.
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811 - Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

Sirio S.p.A.
Via Filippo Re, 43-45 - 48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414 - Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO

BluBe
Largo Donegani, 2 - 20121 Milano
Tel. +39 02 3454191 - Fax +39 02 34541955
www.blube.it

Ticket Gemeaz - MARCHIO DI PIÙ BUONO S.r.l.
Piazza della Repubblica, 32 - 20124 Milano
Tel. 02 6694579 - Fax 02 66719545
info@ticketgemeaz.it - www.ticketgemeaz.it

Ticket Restaurant, Edenred Itala S.r.l.
Via Giovanni Battista Pirelli - 18 - 20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARNI DI PREGIO

Eat Meat srl
Via A.Moro, 6/a/b/c - 41051 Castelnuovo R. (MO)
Tel. +39 059 535000 - Fax +39 059 5331291
www.eatmeat.it - info@eatmeat.it

CARRELLI TERMICI

Rational Production srl
Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203 - Fax +39 035 4521983
www.rationalproduction.com
info@rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO

Dac S.p.A.
Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211 - Fax +39 030 2568340
www.gruppodac.eu - info@gruppodac.eu

Marr S.p.A.
Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111 - Fax +39 0541 742422
www.marr.it

METRO

METRO Italia Cash and Carry S.p.A.
Via XXV Aprile, 25 - 20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808 - Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it

Rossi Giants S.r.l.
Sede legale ed amministrativa:
Via S. Antonio, 37/39 - 36030 Costabissara (VI)

Sede operativa e deposito:
Via Lago d'Iseo, 22 - 36077 Tavernelle di Altavilla Vicentina
Tel. +39 0444 573025 - Fax +39 0444 371552
info@rossicatering.it

CONSULENZE

Cautha Solutions sas di Cappellina Luisa & C
Via Tolmezzo, 12/2 - 20132 Milano
Tel. +39 02 92884938
Fax +39 02 92884937
info@cautha.net - www.cautha.net

Mastergroup s.r.l.
Viale G. Carducci, 27 - 31015 Conegliano TV
Tel. +39043835157
Fax +390438420468
www.mgnet.it - info@mgnet.it

Progetta sc
Via Lodovico il Moro, 159 - 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

SLM Business Consultancy
Via IV Novembre, 10 - 33013 Gemona del Friuli (UD)
Tel. +39 0432 1698160
Fax +39 0432 1698161
s.madile@slmbconsult.com
www.slmbconsult.com/it/

PROGETTAZIONE, STUDI DI FATTIBILITÀ, DIREZIONE LAVORI, COLLAUDI, VERIFICHE TECNICHE PER ENTI PUBBLICI E PRIVATI.

Studio Montanari & Partners S.r.l.
Via Lusardi, 10 - 20122 Milano
Tel. +39 02.58317320
Fax +39 02.58313397
studio@smp.mi.it
www.smp.mi.it

CUCINE PROFESSIONALI

Ali Group S.p.A.
Via Gobetti 2a - Villa Fiorita - 20063 Cernusco sul Nav. (MI)
Tel. +39 02 921991
Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it
www.aligroup.it

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.
s/s Romana Sud, 90
41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411
Fax +39 059 642499
www.angelopo.it

Berto's S.p.A.
Viale Spagna, 12
35020 Tribano (PD)
Tel. +39 049 9588700
Fax +39 049 9588799
bertos@bertos.com - www.bertos.com

Electrolux Professional S.p.A.
V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electrolux-professional.com

Irinox S.p.A.
Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com
www.irinox.com

ITALIAN CULINARY ART

Lotus S.p.A. Food Catering Equipment
Via Calmaor, 46
31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020
Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it
www.lotuscookers.it - LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE

Diversey Srl
Via Trento, 7
20017 Passirana di Rho (MI)
Tel. +39 02 25801
info.italy@sealedair.com
www.sealedair.com

FOOD & BEVERAGE

Barilla FoodService Soluzioni ristorative
Via Mantova, 166
43122 Parma
Numero verde 800388288
www.barillafoodservice.it

Bonduelle Italia S.r.l. - DIVISIONE FOOD SERVICE
Via Trento
24060 San Paolo d'Argon (BG)
Tel. +39 035 4252411
Fax +39 035 952880
foodservice@bonduelle.com
www.bonduelle-foodservice.it

Conor srl
Via delle viti 5
40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111
Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it
www.conorsrl.it

Cupiello
Riviera di Chiaia, 215
80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081400816
Fax +39 081419059
gestioneclienti@fresystem.com
www.cupiello.com

INALCA S.p.A.
Via Spilamberto, 30/c
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111
Fax +39 059 755517
info@inalca.it

OROGEL S.p.A.
Via Dismano, 2600
47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771
Fax 0547 377016
www.orogel.it
info@orogel.it

L'italiana preferita dallo chef

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.
Via Bastia, 16/1
48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328
Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI

LAINOX

LAINOX Ali Group S.r.l.
Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it
www.lainox.it

Rational Italia S.r.l.
Via Impastato, 22
30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it
www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE

Five Services
Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com

S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.
Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI

Adriatica Oli Srl
C.da Cavallino 39
62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080
Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com
www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE

Comenda Ali Group Srl
Via Galileo Galilei, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1
Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu

The clean solution

Meiko Italia S.r.l.
Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind
10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a.
Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it
www.meiko.it

LOGISTICA

Sotral S.r.l.
Corso Francia, 225 - 10139 Torino
Tel. +39 011 728822
Fax +39 011 729090
commerciale@sotral.it
info@sotral.it
www.sotral.it

SERVIZI INTEGRATI

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, - 4 scala A - 24042 -Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE

Axios Informatica S.r.l.
Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it

Gamba Bruno S.p.A.
Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it

Guttadauro Computers & Software S.r.l.
Via F.lli Bandiera, 4 - 21012 Cassano Magnago (VA)
Tel. +39 0331 729511
Fax +39 0331 280834
Numero verde: 800 009346
info@guttadauro.it - www.guttadauro.it

Mytec S.r.l.
SEDE OPERATIVA
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 0399466362
info@mytec.com - www.mytec.com

SERENISSIMA
INFORMATICA

Serenissima Informatica SpA
Via Croce Rossa, 5
35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it
www.serinf.it

a cura di A. Montonati

Di che vino sei?

Di Filippo Bartolotta
GIUNTI Editore
€ 12,90

Un grande conoscitore di vini spiega come scegliere il "vino giusto", quello che, in base alle sue caratteristiche e al vostro palato, risuonerà maggiormente dentro di voi, si accorderà alla vostra anima; quasi un vestito fatto su misura.
Come in un gioco, andate alla scoperta della vostra personalità-tipo e troverete il vostro vino ideale.
Toscano d'origine ma con il passaporto e un cavatappi sempre in tasca: ecco come ama definirsi Filippo Bartolotta. In realtà è uno dei più conosciuti intenditori di vino che, proprio in occasione della visita in Italia della famiglia Obama, selezionò nove etichette per loro.
Questo libro rappresenta una tappa del suo viaggio intorno al nettare di Bacco. La prefazione è di Steven Spurrier, mercante inglese conosciuto in tutto il mondo.

Te lo do io il vegano

Di Antonella Pugliese
EIFIS Editore
€ 15,00

Un libro per tutti, da gustare fino in fondo. Sono 25 le ricette salate e dolci presentate dalla chef, per preparare piatti vegetali, e scoprire che cucinare senza alcun derivato animale non è poi così difficile, anzi. Questo volume nasce dall'intento di cambiare la prospettiva sulla cucina vegana, spesso vista come troppo laboriosa e costosa. Le proposte contenute in questo libro sono tutte ottenute con prodotti reperibili ovunque, anche nei supermercati sotto casa. Si preparano velocemente e con estrema facilità. Semplici sì, ma saporite! Dai burger alle polpette, dalla focaccia alla pasta, torte, biscotti e crostate. Miscelate con personalità e originalità da una cuoca fuori dagli schemi, che nei piatti mette energia, allegria e passione. Un approccio gentile alla cucina vegan, che rende questo libro adatto anche a chi (ancora) vegano non è.